

【SEOコンサル導入の前に！】
避けるべきSEOコンサルを
見極めるチェック項目7選

01 はじめに

● そのSEOコンサルは本当に効果がありますか？

「避けるべきSEOコンサルを見極めるチェック項目7選」をダウンロードしていただき、誠にありがとうございます。このeBookは、最先端のWebマーケティングやテクノロジーを追求する株式会社EXIDEAが発行する無料のeBookです。

当社は自社で培ったSEOノウハウを元に、BtoB企業様のオウンドメディア運営を支援させていただいておりますが、ヒアリングする際に必ずと言って良いほど耳にすることがございます。それは、

「SEOコンサルを入れたけど、効果がでなかった」

「コンサルタントから具体的なアクションプランが提示されず、何も解決しない。」

といった声です。オウンドメディアの運用経験やSEOの知識がなく、藁にもすがる思いでコンサルを依頼した。しかし、効果は全然でない。

これは本当によく聞く話で、SEOのご相談をいただく企業様の8割はこのような悩みを持たれています。

01 はじめに

これは、オウンドメディア運営やSEO対策を支援している身としては非常にやるせない現状です。

そこで、SEOコンサルティング会社への依頼を検討中のみなさん一人一人が、優良なSEO業者を見極める力を身に付けられるよう、このeBookを作成しました。

このeBookでは、結果が出ないコンサルの7つの特徴をチェックリスト形式で紹介しています。加えて、効果を出すにはどうすべきか、良いコンサルはどのような活動をしているのかも解説します。

現在、既にコンサルを導入している企業様は、該当していないかチェックしてみてください。また、これからコンサルを導入しようと考えている企業様は、ヒアリングする段階で、成果が出るコンサルなのかしっかりと見極めましょう。

このeBookによって、貴社がマーケティング活動を成功させ、貴社のサービスやプロダクトで、世の中に価値を創造できれば、これほど嬉しいことはありません。

01 はじめに

● チェックリスト早見表

- ✓ 順位の話しかしない
- ✓ 言っていることが極端
- ✓ 制作するコンテンツの質が低い
- ✓ 打ち手があまりに少ない
- ✓ コンテンツの質に言及しない
- ✓ レポートを提出して終わり
- ✓ 順位を保証している

02 7つのチェックリスト

● 1. 順位の話しかしない

SEOコンサル会社の中には、キーワードに関わらず、順位が上がったか下がったかの話しかしない会社が存在します。

このタイプのコンサルは、成果報酬型に多く、本来の売上アップなどの目的とは関係のないキーワードでも、上位表示をすれば、それで成果が出たとして計算することが多いです。よく聞く話では、「1位になったキーワードが〇〇つあるので、成果が出てますよ。」というような本質から逸れた結果を伝えること。

一見、「何がいけないの？」と思う方もいるかもしれませんが、よく考えてみてください。SEO対策の最終ゴールは、その先の売上アップや集客ではないでしょうか？つまり、順位を上げるのは、あくまでも最終目標を達成するための手段の一つなのです。

そのため、いくら1位のキーワードが増えたとしても、それが最終ゴールに繋がらないキーワードであれば、あまり意味はありません。

もちろん、成果に直結しないキーワードでも、サイト全体の評価を上げるためには必要です。しかしそのキーワードの順位を、

02 7つのチェックリスト

● 1. 順位の話しかしない

あたかも成果がでていますよといった具合に、報告してくるコンサルは、本質から逸れた対策を行っている場合があるので注意してください。

では、本当良いコンサルは、順位ではなく、どこを見るのでしょうか？

先ほどもお伝えしたように、キーワードの順位は、あくまで最終的な目的を達成するための中間指標に過ぎません。本当に結果を出せるコンサルの場合は、しっかりと目的から逆算して、中間指標を設定します。

例えば、

半年後に売上を〇〇だけ伸ばしたい。

↓

受注単価・成約率・必要CV数・CVRから逆算し、必要アクセス数からこの〇のキーワードで1位をとる必要がある。

↓

そのためには、新規で〇〇ページ作成し、〇〇ページのリライトをしなければいけない。

といった具合です。このように、目的からしっかりと逆算した中間指標の置き方をしているのか、確認しましょう。

02 7つのチェックリスト

● 2.言っていることが極端

結果が出ないコンサルの2つ目の特徴は、言っていることが極端ということです。

「今はリンクの価値は無い。」

「コンテンツを量産すれば必ず上位表示できる」

このような極端なことを言うようなコンサルには要注意。

なぜなら、Googleのアルゴリズムはブラックボックスで誰にもわからないためです。加えて、今のアルゴリズムは非常に複雑になっていて、これだけをすれば大丈夫！みたいなことはありません。

では、良いコンサルはどうするのでしょうか？

02 7つのチェックリスト

● 2.言っていることが極端（良いコンサルの場合）

結果を出すコンサルタントは、正解が無い中で、テストをす
ると言うマインドセットを持っています。

先ほども言ったように、Googleは200以上もある複雑なアル
ゴリズムから、検索結果という答えを導き出しています。そ
のため、これをすれば必ず順位があがる、といった明確な答
えは誰にもわかりません。

良いコンサルかを見極めるには、サイトの状況とGoogleが発
表しているアルゴリズムのアップデート情報等を多角的に判
断した上で、次のアクションプランを提案してくれているか、
確認しましょう。

02 7つのチェックリスト

● 3.コンテンツの質が低い

コンサル会社では、記事制作もパッケージ化していることがあります。その際、納品される記事の質が低い場合は要注意です。

SEO対策は、いわば順位争い。そのため、現在検索結果の上位にきているページより質が悪ければ、上位表示することは難しいのです。

質が低いとは、以下のような状態を指します。

- ・上位の記事と比較して情報量が足りない
- ・記事に専門性がない
- ・ロジックが破綻している
- ・文字稼ぎのような文章になっている

記事を発注している側がその領域のプロなので、上記のようなロジック破綻や専門性の問題はすぐにわかるかと思います。

もし依頼前でコンテンツの質が不安という場合は、テストライティングを提案してみるのもよいでしょう。受け入れてくれない場合は、他のコンサルティング会社に発注依頼する方が無難です。

また、コンテンツの質を担保するには、次のような方法を検討してみるのもおすすめです。

02 7つのチェックリスト

● 3.コンテンツの質が低い

コンテンツの質を担保する方法には主に以下の3つがあります。

1. 専門家を探して書いてもらう方法。
2. 専門家にインタビューして、ライターさんが文章に起こす方法。
3. 社内の詳しい者がライティングする方法。

特に専門性の高いメディアの場合、コンサル頼みのコンテンツではなく、プロの目線で納得のいくコンテンツを作成するのがおすすめ。

SEOコンサルには、そのコンテンツのSEO対策を強化してもらう、もしくは最適化方法の提案をしてもらうなど、依頼事項を分けることをおすすめします。

02 7つのチェックリスト

● 4.打ち手が出てこない

効果が出ないコンサルは打ち手が少なく、一度提案した施策を実施し、効果が出なければもうなす術なしになってしまうのが特徴です。

SEOはブラックボックスで、正解がないもの。しかし、その中でも仮説を立てて、検証するマインドセットのあるSEOコンサルが優良だといえるでしょう。

一度提案した施策が効果があればそれでいいですが、効果が出なかった際にも仮説を持って、次の施策を提案してくるかは、優良コンサルを見分けるポイントです。

02 7つのチェックリスト

● 5.コンテンツの話をしない

今のSEOおよびコンテンツマーケティングでは、Content is Kingと言われており、コンテンツの質が最重要だと言われています。

にもかかわらず、コンサルタントによっては、コンテンツの質の良し悪しに一切言及しない場合があります。このケースは危険なので、注意しましょう。

ここがわかっていないコンサルは、SEO対策の本質を理解していない場合が多く、HTMLの書き方を修正する、キーワードを詰め込むなど、テクニックだけの一時的な施策を提案することがあります。

何度も言うようにコンテンツの質は最重要。この本質を理解しているコンサルタントか否か、見極めが必要です。

02 7つのチェックリスト

● 6. レポートを提出して終わり

月に1～2回レポートを提出するだけで、あとは何もしてくれない。しかも、そのレポートはGoogle Analyticsをコピー程度のレベルのもので役に立たない。

これもよく聞く話です。SEO対策で重要なのは、必要なデータをとることと、そのデータを分析し、施策を立てて実行することです。

そのため、データを報告してくるだけのコンサルは、注意が必要。優秀なコンサルタントは、データを分析し、それを踏まえたアクションプランを提示します。分析して終わりのコンサルタントではないか、チェックしましょう。

02 7つのチェックリスト

● 7.知識がない顧客に対し必要以上のサービスを売る

SEOコンサルの中には、顧客のことを考えず、自社の利益ばかりを考えている会社も存在します。

こういったコンサルは、顧客に知識がないことがわかると、必要以上のオプションを提案してきたりするのです。

依頼する側がある程度のSEO知識を身に付けることである程度は防げますが、その他に以下のようなコンサルには注意をしましょう。

- ・顧客の理解度を無視して難しい用語を使ってくる
- ・こちらの要望を聞き入れず「これをしないと順位が上がらない」などと脅迫に近い提案をしてくる
- ・連絡が遅い、期限を守らないなど、顧客志向ではない

以上のようなコンサルは、自社の利益優先の可能性が高いので注意しましょう。

03 まとめ

このeBookでは、効果が出ないコンサルの特徴をチェック項目として7つ挙げ、その理由と必要な考え方などを紹介してきました。

おさらいをすると、以下の効果が出ないコンサルの特徴は以下の通りです。

- ✓ 順位の話しかしない
- ✓ 言っていることが極端
- ✓ 制作するコンテンツの質が低い
- ✓ 打ち手があまりに少ない
- ✓ コンテンツの質に言及しない
- ✓ レポートを提出して終わり
- ✓ 知識がない顧客に対し必要以上のサービスを売る

今、導入しているコンサルが2つ以上当てはまるのなら要注意です。SEOコンサルを入れている企業様は、今一度チェックしていただければと思います。

もし、現在導入中のコンサル会社がチェックリストに当てはまってしまった場合、残念ながらこのまま続けても成果が出ないかもしれません。

思い切って、他のコンサル会社に乗り換えを検討するのも良いでしょう。新たなコンサル会社の候補として、弊社もご検討いただければ幸いです。

弊社は、SEOに特化したオウンドメディア支援ツール、EmmaTools™の提供と、オウンドメディアのパフォーマンスを上げる支援をしております。

「SEO対策がうまくいかない」

「オウンドメディアの内製化を進めていきたい」

そんなお悩みをお持ちの企業様に、誠意をもってサポートさせていただくことをお約束いたします。

なお、今回このeBookをダウンロードしていただいた特典として、御社の**オウンドメディアの無料診断**を実施中です。今回の無料診断は、EmmaTools™のライティング機能を利用したコンテンツのSEOスコアを診断するものです。

コンテンツの定量的な評価が知りたい方はぜひご活用ください。

>>無料診断はこちら<<

会社名	株式会社EXIDEA（英文表記：EXIDEA Inc.）
所在地	〒130-0004 東京都墨田区本所1丁目4番18号
代表	小川卓真
資本金	1,500万円
設立日	2013年5月27日
従業員数	単体：48名 連結：65名 ※2020年4月末現在
事業内容	SEOツール「EmmaTools™」の開発提供 SEOコンサルティング 動画制作・動画マーケティング Webメディア運営 Webコンサルティング Web広告運用

本資料に関するお問い合わせは
下記までお願いいたします。

担当：山田 y-yamada@exidea.co.jp

