

STEP-BY-STEP SEO

トップパフォーマンスの ローカルランディング ページに共通する点

広告費を1円もかけずに、
アクセスを殺到させる方法

成功しているローカルランディングページの共通点

ローカル市場を支配し、Google のローカルパックで上位に入ることを目指すなら、ランディングページの規約とローカル SEO のランキング要因という 2つの重要な要素に取り組む必要があります。パフォーマンスの高いローカルランディングページは、ローカル SEO の観点からも最適化されていますが、リードジェネレーションの観点からも細かく調整されています。ここでは、上位にランクインしているウェブサイトの共通点と、それを裏付ける統計データをご紹介します。

最適化されたローカルランディングページを解剖する

強力なヘッドライン

セカンドヘッドライン

なぜこれが必要なのか?

あなたは何を売っていますか?

チームの紹介

連絡先

お問い合わせはこちら

コピー
お客様と真摯に向き合ったメッセージを作成するだけでなく、彼らが検索に使う言語を考慮します。キーワードを詰め込むことなく、可能な限り両者を一致させます。

製品の利点
製品やサービスの内容や仕組みを説明する。お客様に利益をもたらすものです。お客様の悩みを訴えるコピーで、お客様の気持ちを後み取るチャンスです。ポイントと、あなたかどのよう

社会的証明
人々にあなたの言葉を信じてもらうだけではいけません。証言やレビュー、信頼のシンボル（信頼性を高めるために認められたバッジやサイン）を掲載して、あなたが提供していることを示しましょう。

あなたのチーム
あなたの才能をアピールして、ビジネスを人間味あふれるものにししましょう。お客様は、名前の後ろに顔が見えることを好みます。

コンタクト情報
分かりやすい説明、連絡先（電話番号、住所、電話番号）を記載し、お客様に連絡方法を伝えましょう。アドレス、Eメール、およびまたはフォームを使用します。

ページヘッドライン
ヘッドラインでは、あなたのユニーク・セリング・プロポジション（USP）やバリュー・プロポジションを強調することで、あなたが何をしているのか、なぜお客様があなたを選ぶのかを明確に伝える必要があります。特にh1には注意してください。Google の検索結果ページ目の80%はh1を使用していますが、あなたもそうすべきです。さらに、h1には強力なキーワードを使用しましょう。

コールトゥアクション
CTAを強く、明確にする。地域限定のランディングページでは、上なCTAは「連絡先」に関連することが多いのですが、あなたの特定のビジネスや、顧客が販売サイクルのどこにいる可能性が高いかを考慮して、納得のいくCTAを選んでください。

ロケーションマップ
ここではローカルランディングページに焦点を当てているので、所在地を示す地図があると便利です。お客様に関係のある物理的な住所がない場合、サービスを提供している地域を示すことを検討してください。

8%

キーワードをh1に入れています。

38%

コールトゥアクションのあるリスティング

12%

信頼マーク付きリスト

19%

お客様の声を掲載したリスティング広告

34%

Googleマップで見えるリスト

58%

スタッフ/建物/サービスの写真が掲載されているリスト

最適化されたランディングページには、以下が含まれます。

- 休日のための特別な時間や、特定の部門で異なる可能性のある時間を含む、所在地の営業時間
- お店の位置を示すピンが付いた地図
- 地図の下に「道案内」の CTA ボタンを設置
- 近くの名所、住所、電話番号など、この場所に関する情報がスキーママークアップで適切にタグ付けされています。
- 写真コンテンツは、お店や人気商品・サービスを紹介することができます。

ただし、地元のピザレストランと、地元のスポーツジムや衣料品店とでは、表示される情報が異なることに注意してください。