

## **【応用編】**

**3 か月で月収 10 万以上の資産化！**

**商標ブログマスターマニュアル！**

## 【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。

できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。

(無料) <https://get.adobe.com/jp/reader/>

### ◆著作権について

当レポートは、著作権法で保護されている著作物です。使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

◇レポートの著作権は、作者にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◇本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど)により複製、流用および転載することを禁じます。

### ◆使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人(以下、甲とする)と作者(以下、乙とする)との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることで、甲はこの契約は成立します。

第 1 条(目的)本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条(第三者への公開の禁止)本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条(損害賠償)甲が本契約の第 2 条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壹萬円を乗じた価格の 10 倍の金額を支払うものとします。

第 4 条(その他) 当レポートに沿って実行、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

# もくじ

ずらしを使ってネタ選定の強化！ .....	6
複合ワード KW をずらす .....	8
キーワードを追加しずらす .....	25
ASP をずらす .....	30
メインキーワードをずらす .....	32
ジャンルを変えてずらす .....	40
売れた商品の CV を上げる！ .....	41
関連記事の投下 .....	42
各記事の見出し構成 .....	46
リライト .....	50
外注で効率をアップさせる！ .....	56
テンプレ化 .....	58
テンプレのシャッフル .....	59
口コミはタスクで .....	63
ネタ選定も外注化！ .....	66

こんにちは！れんです。

今回は「**商標ブログマスターマニュアル！**」の“応用編”と題して

CV（クリック率）アップ、外注、ずらし、ネタ選定の強化などより効率的に収益を上げるためのマニュアルとなっています。

■ 商標ブログはしっかりとしたノウハウを抑えると

**月収 10 万以上稼ぐ資産ブログを構築する難易度が非常に低い**です。

一方で自己流でやったりなど、力の入れどころを間違えると苦戦してしまいます。

■そして、今回のマニュアルには**商標ブログ**で稼ぐために必要なノウハウを**網羅**し細かく詰め込みました。

前半と後半、この二つさえ押さえて、スキルに落とし込めばライバルよりはるかに有利に稼いでいけるので、ぜひ活用してください！

もちろんマニュアルだけではなく、“ズレ”がでないように音声やチャットですり合わせていきましょう！

## ずらしを使ってネタ選定の強化！

雑記ブログでは“ずらし”を活用することで、ライバルの少ない美味しいネタを見つけることができましたよね。

ただこの“ずらし”って、

**何も雑記ブログ限定のテクニックではない**です。

そもそもなぜ“ずらし”を学ぶかというと、

稼ぐだけでなく、「視野を広げる」ことで集客のスキルを高めることも目的でした。

そしてあなたもここまで、このスキルを高めてきたかと思  
いますし、

そのスキルを商標ブログで**そのまま応用**していきましょ  
う！

■ 商標ブログにおける“ずらし”は以下の 5 つとなっ  
ています。

・複合ワード KW をずらす

・KW を追加しずらす

・ASP をずらす

・メインキーワードをずらす

・ジャンルを変えてずらす

一つずつ見て行きますね！

# 複合ワード KW をずらす

一つ目は「複合ワード KW をずらす」です！

基本的に商標ブログは「**販売店**」というキーワードを狙っていくとお伝えしてきました。

しかし以下の KW も狙っていくと良いです。

## **市販（売っている場所）**

まずはこちらから。

■ 販売店、市販、売っている場所、実店舗・・・

これら検索意図はほぼ同じですが、実は上位表示難易度が微妙に違います。

基本的には需要は

**販売店 < 市販 < 売っている場所 < 実店舗**

(ただし「店舗」は別。こちらは需要が高いが、上位表示難易度が非常に高く公式ページが上がりやすいキーワードになっている。)

となっています。

しかし

「○○ 販売店」

「○○ 市販」で比べると、意外と同じくらいボリュームがあるものがあったり、

ラッコキーワードや関連ワードでも「市販」というものが出てくることは多いです。

なので検索ボリュームが大きいネタは、あえて「市販」で狙いに行っても OK です。

■「売っている場所」も同じくです。

例えば人気商品である **DUO クレンジングバーム**もラッコキーワードに入れると「販売店」以外に「売ってるお店」といった KW がありますね！

<b>duo クレンジングバーム+う</b>		duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム ウォータープルーフ	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム 売上	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム ウエルシア	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム 胡散臭い	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム 売り場	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム 嘘	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム ウォンツ	🔄 📄	<b>duo クレンジングバ-</b>
<b>duo クレンジングバーム 売ってる店</b>	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム white	🔄 📄	<b>duo クレンジングバ-</b>
duo クレンジングバーム 売り切れ	🔄 📄	duo クレンジングバ-
<b>duo クレンジングバーム+え</b>		duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム エイジング	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム 選び方	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム エクステ	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム エイジング 口コミ	🔄 📄	duo クレンジングバ-
duo クレンジングバーム 恵比寿	🔄 📄	duo クレンジングバ-

■ 当然ですが、販売店と比べると、圧倒的に記事が少ないです。

こういったキーワードの穴を突いていきましょう！

intitle:duo intitle:クレンジングバーム intitle:販売店

×

検索

+ 条件付

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム ニュース 一覧 ツール

約1,010件 1ページ目

www.人気クレンジング取扱店.xyz ▾

### [DUO ザ クレンジング バーム 店舗情報！都道府県別販売...](#)

DUOクレンジングバームの取扱店を都道府県別にまとめています。あなたの住んでいる近くにあるDUOクレンジングバームを取り扱っている店舗をすぐに調べ、店頭で試して ...

[DUOクレンジングバーム全国販 ...](#) - [DUOクレンジングバームの使い ...](#)

sound-tv.net > 商品紹介 ▾

### [DUOクレンジングバームクリア 市販の店舗や薬局は？販...](#)

2021/10/8 - バームの良さやなぜ人気なのかは後ほど書いていきますので、まずはDUOザクレンジングバーム クリアを市販で購入する上で、どこの販売店・ ...

sound-tv.net > 商品紹介 ▾

### [クレンジングバームDUOの販売店から市販の店舗と最安...](#)

2021/10/8 - そんなあなたのために今回は「クレンジングバームDUO」の販売店から薬局(ドラッグストア)で市販されているのか、他通販サイト(楽天・Amazon・ヤフー ...

www.friendsofd11.org > スキンケア

### [DUOクレンジングバームバリア販売店や市販、実店舗情...](#)

2020/11/11 - DUOクレンジングバームバリアの販売店や市販、実店舗情報を調査。最安値や格安は色々調べた結果公式サイトになりました。実店舗では東急ハンズで ...

intitle:duo intitle:クレンジングバーム intitle:売ってる店

×

検索

+ 条件指定

ウェブ 画像 動画 知恵袋 地図 リアルタイム ニュース 一覧 ツール

約3件 1ページ目

www.mamamatome.com > 美容 > クレンジング ▼

[クレンジングバームDUOはどこで売ってる？取扱店とお...](#)

2020/7/30 - 最近大人気のクレンジングバームDUO。どこで買っても定価で、それが普通だと思っていたのですが実はお得な買い方があったんです。

wfg.jp ▼

[DUOクレンジングバームを売ってる場所＊全国のお店ま...](#)

DUOクレンジングバームの売ってる場所をまとめました。ドラッグストア以外でも取り扱っている場合がありますので、ご近所の行きやすいお店を探してみてください。

wfg.jp > 47\_okinawa ▼

[沖縄県の取扱いショップ - DUO ザ クレンジングバーム](#)

沖縄県にあるDUOクレンジングバームの売ってる場所をまとめました。ドラッグストア以外でも取り扱っている場合がありますので、ご近所の行きやすいお店を探してみて...

Yahoo!検索 (画像)

[intitle:duo intitle:クレンジングバーム intitle:売ってる店の画](#)

像の検索結果

このように検索ボリュームが大きいネタは、

こういったキーワードで「ずらせないか」といった視点が重要です！

## ドラッグストアなど

こちら「販売店」と検索意図自体は同じです。

「ドラッグストア」「ロフト」「薬局」「ドンキ」「東急ハンズ」など

店舗名を直に検索している関連ワードがあったりもします。

実際サーチコンソールを見てみると



こんな感じで販売店以外のキーワードもいろんなものが検索されていることが分かりますね！

■なのでそういった場合は

**「〇〇の販売店や実店舗は？最安値〜〜」**

とするところを、あえて「最安値」を捨て検索意図をさらに絞ることで

**「〇〇の販売店は？ドラッグストアやロフトなど〜〜」**

と狙うのもアリです。

また検索ボリュームが大きい商品であれば、あえて「

「〇〇はドラッグストアで売っている？〜〜」

と攻めるのもアリなので抑えておきましょう！

## 最安値

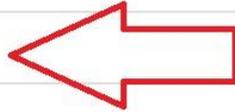
■ 商標ブログをやっている人は、  
基本「販売店」「口コミ」あたりで狙っています。

しかし検索ボリュームや関連ワードを見てみると

**「最安値」**という KW も良く検索されることがわかります。

実際、こんな感じで検索されています。

市販
市販
販売店
店舗
取扱店
<b>最安値</b>
悪い口コミ
ドラッグストア
市販
取扱店
マツキヨ



■そしてポイントが、ほとんどのライバルが

販売店のついでに「最安値」を入れていることです。

なので、あえて「最安値」に検索意図を絞り狙い撃ちするのはアリです。

「○○の販売店や実店舗は？ 最安値〜〜」とすると  
ころを

「○○の最安値は？ 市販と通販の販売店で〜〜」

みたいな感じですね！

その場合は「販売店」で狙うときと比べ、  
比較する通販サイトを増やしていくのもアリです。

例えば

・Amazon

・楽天

・yahoo ショッピング

・アットコスメ

## ・Q10

...

という感じで増やしていけば、読者にとってはより有益ですね！

### 比較

実は販売店、口コミ、最安値以外にも

**「比較」**という検索意図のキーワードも検索ボリュームが大きく、

なおかつものが売れやすいキーワードです。

実際こちらも検索されています。

検索タイプ: ウェブ 	日付: 過去 3 か月間 	+ 新規
取扱店		
悪い口コミ		
市販		
最安値		
ロフト		
比較		
販売店		
薬局		
口コミ		
市販		

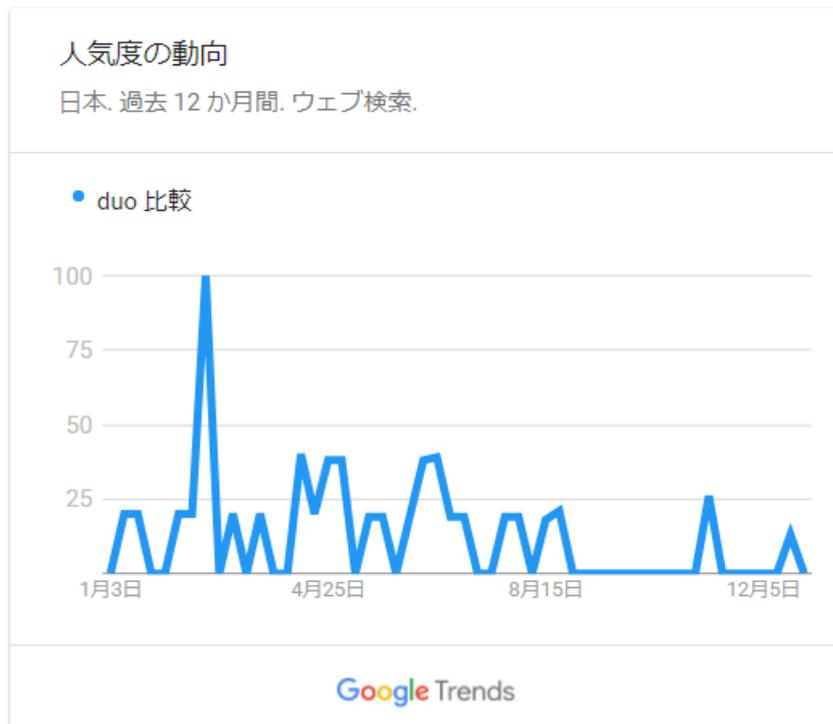
■ 人気商品だと、いろんな商品と比較されていることがわかります。

Googleサジェスト 69 HIT



duo 比較のサジェストとそのサジェスト	duo 比較+B
duo 比較	バナラコ duo 比較
duo 比較	ビューティークレンジングバーム duo 比較
duo 比較 黒	ビデオ通話 通信量 比較 duo
夢みるバーム duo 比較	バームクレンズ duo 比較
バナラコ duo 比較	duo バーム 比較
クレンジングバーム ink duo 比較	duo ブラックリペア 比較
クレージュ duo 比較	夢みる バーム duo 比較
クリアプロ duo 比較	<b>duo 比較+C</b>
プルエスト duo 比較	clayge duo 比較
ママコスメ duo 比較	<b>duo 比較+D</b>
cocone duo 比較	fan5 dx duo 比較
duo 比較 黒	<b>duo 比較+G</b>
duo 黒クリア 比較	google duo 比較
duo いちご 黒 比較	<b>duo 比較+H</b>
夢みるバーム duo 比較	フルリ duo 比較
バナラコ duo 比較	速読英単語 duo 比較
クレンジングバーム ink duo 比較	fan5 dx duo 比較
クレージュ duo 比較	
クリアプロ duo 比較	

■ また需要も結構ありますね。



なのでこちらも取り入れることで、より狙えるキーワードが増えます。

検索ボリュームが大きいネタは、ここを狙い撃ちする手もありますね！

■ 比較は実際、

『商品×商品』なので

無数にねらいどころがあります。

ただし ASP によっては zucks など比較クエリ禁止の  
ところもあるので、

このキーワードを狙う場合は、しっかりレギュレーション  
を確認してから狙っていきましょう！

■ ちなみに比較記事は以下のような見出し構成に  
すると良いです。

○見出し 2：使用感の比較

○見出し 2：成分の比較

○見出し 2 : 値段やコスパの比較

○見出し 2 : 各商品のメリットデメリット

○見出し 2 : まとめ

ポイントとしては

**片方の商品をひいきしたり、否定したりしないように  
注意しましょう。**

あまりにも片方に意見を固めると、逆の会社の人がか  
わいそうなので・・・

**あくまで公平に、客観的に語る、これが重要です！**

もう一つポイントとして、

使用感や価格など薬機法になるべく触れない形で作る。そうすることで、細かい事を気にしなくても良いですよ！

## キーワードを追加しずらす

速報ネタでも「追加ずらし」というものがありましたね！

同じく商標ブログでもこの“ずらし”が通用します。

特に人気商品だと同じブランドでも

化粧水、シャンプー、リップクリームなど、いろんな商品を販売してまいります。

例えば「フィービー」という人気まつ毛美容液であれば、

セラムショットも発売しているので、

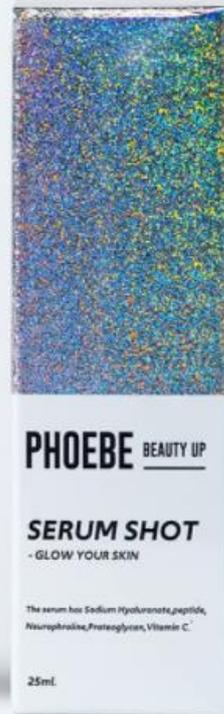
**「フィービー まつ毛美容液」**

**「フィービー セラムショット」**

という形で、ずらずことも可能です。

定期コース

Regular purchase



25ml

約1ヶ月分

通常価格

¥3,700

税込

→ ¥1,078

約70%割引



## HOEBE BEAUTY UP アイラッシュセラム (5mL)

＼定期購入にすると、通常4,611円(税抜)[5,072円(税込)]が／

**初回限定**

こんな感じで人気メーカーがいろんな商品を出すのって実は面白いです。

これって結構その時のトレンドに合わせて作ってきます。

例えば最近であればヘアケア商品が需要が高いのですが、それに合わせて各社美容メーカーがヘアケア商品を作り、ネイティブ広告をガンガン売ってきたりします。(ここ、凄く重要です)

そういった売れているメーカーが出したトレンド商品は、ツールなどをチェックして需要がないように見えても、

**今後一気に伸びる可能性があるので、積極的に狙っていくのがおすすめです！**

## ASP をずらす

こちらも重要です。

以前さまざまな ASP に登録することをおすすめしましたね。

それもなのですが、商標ブログもトレンドネタのネタ元のように、**その時期で微妙な偏りがあります。**

例えば

最近 zucks はライバルが多いけど、レントラックスは少ないな・・・

という感じですよ。

これって現在ガンガン記事を入れているプレイヤーが、  
どこの ASP をメインで使っているかにもよると思いま  
す。

実際商標ブログをやっていると、

**自分の好きな ASP に固めてたくなる心理**が働くの  
で、そこをうまく“ずらす”という感じですよ。

## メインキーワードをずらす

こちらはまだまだやっている商標ブログは少ないです。

こちらにも雑記ブログと同じで、**同じ商品でもさまざまなキーワードで検索されることがあります。**

木村拓哉がキムタクと検索されると同じですね！

■ 実際試してみると、実は雑記ブログのように大量にアクセスを集める分野と比べて、**商標は新商品であ**

ればあるほどメインキーワードでのずらしがしやすい傾向を感じています。

■どんな感じかというたとえば

「LUNA ハーバルサプリメントプレミアム」という商品があります。



ここをあえて

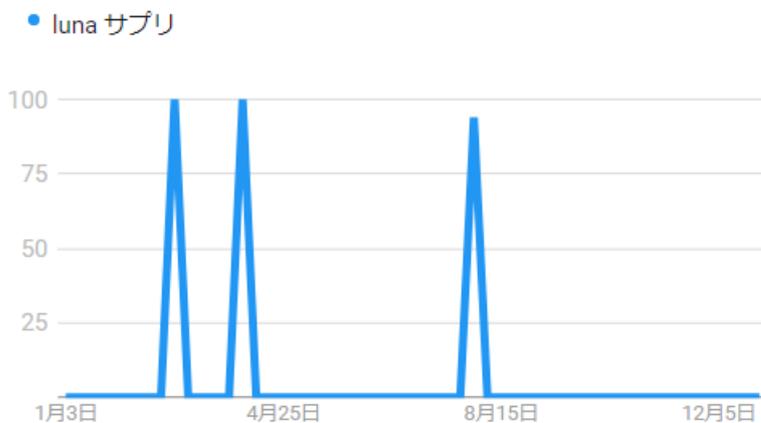
**「luna サプリ」と狙っていきます。**

実際グーグルトレンドをチェックしてみると、需要があることが分かりますね！

#### WEB検索トレンド（過去12カ月）

人気度の動向

日本、過去12か月間、ウェブ検索。



Google Trends

■そしてこんなずらし方もあります。

・薬用ターゲットショットの「薬用」を省略し

「ターゲットショット 販売店」といった感じで狙うことで  
す。

お得な定期お届けコース

TARGET SHOT OZYO

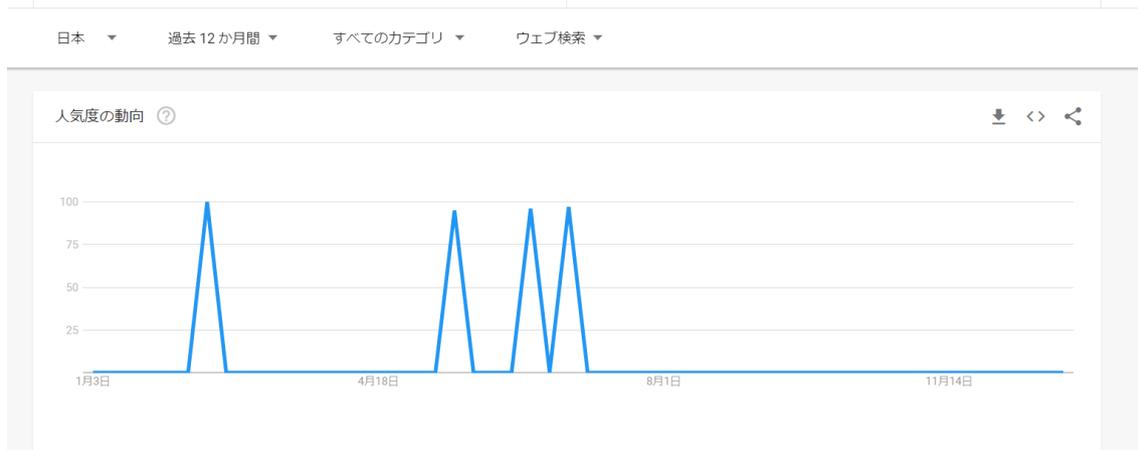
薬用ターゲットショット 医薬部外品  
内容量: 20g

大人気! 卵殻膜オールインワン  
ビューティーオープナー  
ジェルミニサイズ (内容量: 4.5g)  
**プレゼント!!**

さらにお得!

Beauty Opener III  
OZYO

実際需要を見てみるとこんな感じです。



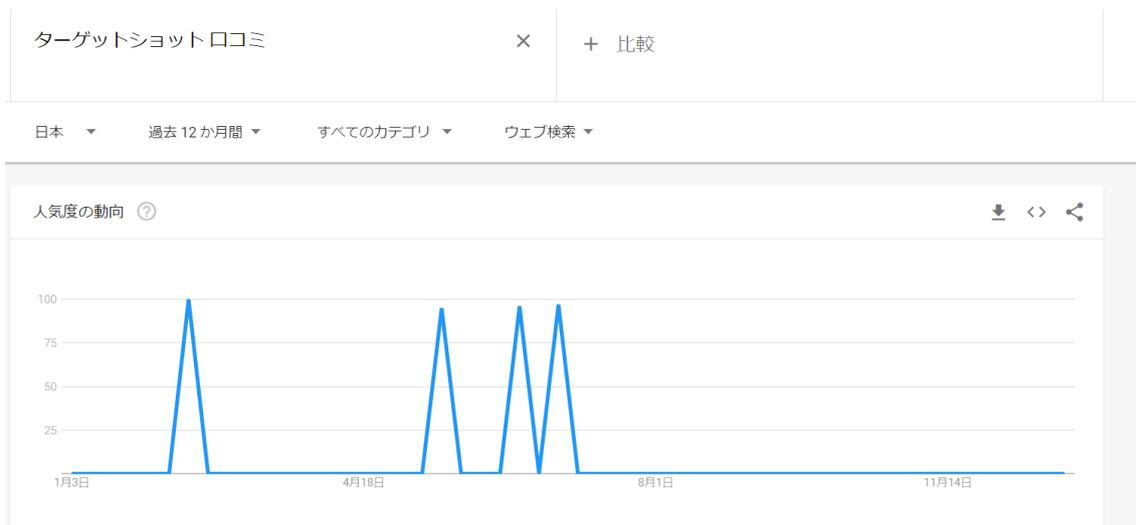
このように、あえて省略した方が、需要が高い場合もあります。

これも雑記ブログと同じように相手目線になり、

**「検索窓になんと打ち込んでくるか？」**を考えることが重要ですね！

■ 余談ですが、今回のターゲットショットのように、商品名では需要のグラフが出てこないのに、関連ワードだと出てきたり、期間指定を変えると出てくるものもあるので、注意しましょう！





■ さらに余談ですが、グーグルトレンドはスペースが半角か全角かでも違うのでこちらも注意です。

例えば先ほどの「ターゲットショット 口コミ」のスペースを全角にすると出てこないです。



クエリのパラメータを見ると、グーグルトレンドは、全角と半角をしっかり差別化するように作られているようです。

## ・半角の場合

[trends.google.com/trends/explore?geo=JP&q=ターゲットショット%20ロコミ](https://trends.google.com/trends/explore?geo=JP&q=ターゲットショット%20ロコミ)

## ・全角の場合

[trends.google.com/trends/explore?geo=JP&q=ターゲットショット%E3%80%80ロコミ](https://trends.google.com/trends/explore?geo=JP&q=ターゲットショット%E3%80%80ロコミ)

## ジャンルを変えてずらす

こちらもシンプルですが、非常に強力です！

化粧品と健康食品に偏りがちですが、

「販売店」があると想定されるものであれば、なんでもOKです。

美顔器、脱毛器、食べ物、高級商品、虫退治、スプレー…

なんでもありなので、柔軟に狙っていきましょう！

## 売れた商品の CV を上げる！

売れる商品が出てきたら、本格的に CV をアップさせる施策を行います。

それが関連記事の投下と追記です。

今回はどんな記事をどんな見出し構成で入れて行くのかなど、この点を深堀していきますね！

(次のページへ)

## 関連記事の投下

では具体的に何を入れるかというと、

・悪い口コミ

・解約

この二つのキーワードです。

この二つは商品を購入したい人が、事前に知りたいことなので、

「販売店」を狙う商標ブログと相性が良く内部リンクで回ってくれやすいです。

また、販売店記事に訪れた人が抱える潜在的な悩み

・悪い商品だったらどうしよう・・・

・解約できなかつたらどうしよう・・・

を潰せるので、直帰率を下げコンバージョンを上げやすいです。

■コンバージョンが上がるだけでなく

この二つのクエリを入れることで、**記事の差別化**ができます。

そのためアップデートを受けにくくなるだけでなく、  
ブログの評価も上がります。

実際 GRC というツールで

この二つのクエリの記事を入れたものと入れていないものをモニタリングしていますが、

前者の方が順位が安定しやすいことが分かっています。

なので積極的に入れていきましょう！

■ただこの二つのクエリは「販売店」より上位表示難易度が高めです。

そのため、これまで少しだけお伝えしてきた

「SEO×nonSEO」でもあります。

なので SEO を狙うというよりは、読者に回遊してもらうために作るのも、

「ASP を訴求するくらいのイメージで内部リンクを踏ませる」ことが重要です。

なので

**「こちらの記事もオススメです。」**

**みたいな感じで、記事下にリンクを張るだけは NG です。**

■ 具体的には「販売店記事」の中に、  
一つ「解約について」といった見出しを作り目立た  
せ、解約について軽く触れます。

そして、

「細かい方法はこちら

⇒内部リンク」

という感じで、誘導しましょう。

## 各記事の見出し構成

それでは、「悪い口コミ」と「解約」について、それぞれ  
の見出し構成の一例を紹介していきますね！

## 【悪い口コミ】

### ○見出し 2 : 商品説明

※軽く、ただし特徴と被らないように

### ○見出し 2 : 悪い口コミ

### ○見出し 2 : 良い口コミ

### ○まとめ

どんな口コミがあって、どんな結論になったのか、

そして、「商品 A の最安値情報はこちら！」という感じで興味付けし、内部リンクを張りましょう。

差別化できるのであれば見出し 2 で

「商品 A を最安値で購入するには？」という見出しを作って目立たせるのも OK です。

⇒ただしあくまで販売店の記事がメインなので、カニバラないように・・・

ポイントとして、

良い口コミ⇒悪い口コミの順番にしない。

後味が悪くなるので、あくまで悪い口コミから入り、フォローの意味も込めて良い口コミを入れて行くことです。

また

悪い口コミとはいっても抽象レベルのものは入れないように・・・

## 【解約記事】

○見出し 2：定期コースの解約にあるかどうか

○見出し 2：解約・退会の具体的手順

―見出し 3：電話でのやり方

―見出し 3：メールでのやり方

○見出し 2：返金保証について

○まとめ

文字数を増やしたい場合は

「商品 A の定期コースのお得度について」

みたいな見出しを作り、

回数ごとに具体的にどれくらい定期コースと一般購入  
でお得さの差が出るかを表の形で書いて行くのもおす  
すめです！

電話での解約なのか、メールでの解約なのか・・・

ここ読者がかなり気になるところです。

メールや専門サイト、ラインで解約できるとかなりハードルが低くなります。

なので、「メール」「電話」といった KW はかなり重要な  
ので、しっかりと見出しに入れておきましょう！

## リライト

商標ブログのリライトは非常に重要です。

実際リライトしている記事は順位が安定しやすいのが分かっていきます。

**販売店や最安値といった情報は本来流動的です。**

例えば

・半年前はロフトで販売していなかったけど、今は販売されている・・・

・3か月前と比べると、最安値情報が変わっている・・・

なんてことはあります。

■ 恐らくですが、リライトがより効果的なのは、  
そういった流動的情報だからこそ、頻繁に更新される  
ことで、

**情報の信ぴょう性の一つの要素になっているからな  
のではないかと。**

読者目線になれば、お買い物情報は常に更新され  
ている方が有益なのは想像しやすいかと思います。

■ では具体的にどんなことを書いて行けば良いの  
か？

今回はここを詰めていきますね！

## お買い物に役立つ情報

■ある程度ひな形で大丈夫なのですが、  
販売店情報を細かく見て行くと、読者が気になることはいろいろあります。

例えば

・クレジットカードで買いたいんだけど、アメックスとかダイナースって使えるの？

・銀行振込が良いんだけど、手数料ってかかる??

・楽天とか通販って、公式ショップだとどれくらいの値段なのか？

・どういった会社が販売しているの？

・電話番号やサポートサイトとかはある？

…

このあたりのお買い物に関する情報はしっかり入れていきましょう！

## 商品で気になること

こちらは販売店とは直接は関係ないですが、意外と細かい特徴は一緒に検索されたりしますし、特徴部分がしっかり書かれていれば書かれているほど、各記事が差別化されます。

なので、こちらも深掘していきましょう！

具体的には

・**どうするのが、一番効果的な使い方なんだろう…**

う…

・**種類／カラーがいろいろあるけど、どう違うんだろ**

う？

・**味ってどんな感じなんだろう**

・**個別包装ってどうなっているんだろ**

・**いろんなサイズがあるけど、どう違うんだろう…**

…

など、客観的に記事を読んで気になることや、

ラッコキーワード、関連ワードを参考にしても良いです

ね！

## 外注で効率をアップさせる！

ある程度、10 記事～50 記事ほど自分で書いてみてコツを掴んだら、

**早速外注化に取り組むことをおすすめします！**

収益が 1 万円～3 万円ほど出ているのであれば、ドメインもネタ選定も問題ないと思われるので、あとは数を入れていくことで収益は上がっていくはずですよ。

■そもそも商標ブログはテンプレ化しやすく、しっかりとしたネタ選定とドメインでやれば、**記事の多さで勝てる分野です。**

なので、ある程度収益が出ているのであれば、あとは  
どれだけ早く記事を積んでいけるか？

にフォーカスしていきましょう。

■ 商標ブログで効率的に稼ぐために、抑えておくべき  
ポイントは以下の通りです。

・テンプレ化する

・テンプレ内容のシャッフル

・ロコミはタスクで

・ネタ選定も外注化！

それぞれ見ていきますね！

# テンプレ化

これは何度かお伝えしていますが、商標ブログはパターンが同じになってきます。

だからこそ、なるべく完璧なテンプレを作っておくことで、こちらでほとんど支持や修正なし、しかも低単価でライターさんに記事を作ってもらうことができます。

なのでテンプレは**繰り返し修正しつつしっかり作りこみましょう。**

もちろん口コミや通販部分の見出しの画像など、商品に直接関係ないような画像は、あらかじめ無料画像をテンプレに貼っておきます。

そうすることで、手間が最小限に抑えられます。

## テンプレのシャッフル

これは非常に重要です。

商標ブログはテンプレで回せる代わりに、どうしても同じになりがちです。

類似率を少しでも減らすように、同じパターンの見出し構成だとしても、

それを**微妙に言い回しを変えた**テンプレを複数作ります。

例えば同じ意味合いの内容に対し、

10 パターン言い回しを微妙に変えたもの入れ、順番に使っていきます。

そうすることで類似率を減らせますし、それがあって思いっきり高速で記事を詰め込むことができます。

これは、ライバルは意外と意識していないことですが、

**「テンプレ化+シャッフル」**は必須なので、覚えておきましょう！

■ ちなみにですが、タイトルも一緒です。

似たようなタイルになりがちなので、こちらも複数パターンを作りシャッフルすることで、無駄な時間をかけずに、類似率を減らすことができます。

■ そして、この「テンプレ化+シャッフル」で、最大限の力を発揮するのが、

勉強会でも紹介した『TinyMCE Templates× User Role Editor』の組み合わせです。

TinyMCE Templates はテンプレをコピーして、テンプレを作れるので、非常に効率的です。

何ならひな形を渡して、ライターさんにテンプレを作ってもらうのもアリです（笑）

そして TinyMCE Templates に複数のテンプレを登録したら、

あとは「1 番～10 番から順に使ってください」と指示  
するだけで、

**10 パターンの記事が簡単にできあがるので、コス  
パが良いです！**

## 口コミはタスクで

先ほどもお伝えしたように、ある程度 PV が集まってきたら、口コミ記事などの関連記事を書く機会が増える  
と思います。

その際口コミ記事はクラウドワークスのタスクを利用すると良いです。

そして、口コミだけではなく「点数付け」もお願いすると  
良いですね！

例えば

・使用感：☆5

・値段：☆4

・買いやすさ：☆3

...

みたいな感じです。

**これだけでオリジナリティが出てきますし、**

あとはこれをコピペするだけで記事ができるので非常に  
コスパが良いです。

■そして、「商品を紹介するお仕事に興味はありますか？」というアンケートも取っておくのがポイントです。

後で普通に販売店記事をお願いするのもアリですし、何人か採用し、タスクとは別にプロジェクトで1000文字〜くらいガッツリした口コミを書いてもらおうと、自分が購入しなくても詳しい口コミ記事を作ることができます。

一石二鳥、三鳥を狙っていきましょう！

## ネタ選定も外注化！

外注化で記事を回せるようになってきたら、今度は**ネタ選定も外注**しましょう！

商標の場合 ASP からネタ選定を行い、積み上げていくのも一つですが、今回は爆発力のあるネイティブ広告のネタ選定について。

■これって実は作業が単純なので、タスクでネタを集めることもできます。

どうするかというと

**「Instagramに出てくる化粧品・健康食品などの  
広告について、どんなものが出てくるか調査をお願い  
します。」**

という感じでアンケートを取ります。

手順は以下の通りです。

- 1：Instagramでのネイティブ広告の見方を教える（マニュアル化）**
- 2：実際に探してもらう**
- 3：スクリーンショットを取ってもらう**
- 4：スクショを送ってもらう**

## 5 : レターを送ってもらう

3 のスクショを取ってもらうのが重要です。

実際広告が配信されていることもわかりますし、同時にレターを送ってもらうと一石二鳥です。

ちなみにタスクは画像の送信等の設定もできるので、こちらを活用します。

後は、送ってもらったネタをCSVファイルでダウンロードし、それぞれについてASPが存在するか確認していきます。

もし面倒であれば、プロジェクト等で、ASPの確認作業をしてもらったり、タスクの時点で「どこあふい」や、ライバルチェックをしてもらって、ASPがどこにあるかも一緒に外注すると、こちらは何もしなくてもネタが集まるので効率的です。

こんな感じで突き詰めると「外注できないことは存在しない」と僕は思っているので、ぜひトライしてみてください！

というわけで、一気商品ブログのノウハウを詰め込みました。

繰り返しになりますが、ここにあることを一つ一つスキルに落とし込んでいけば、**月収 10 万円の資産ブログを複数**作るのは難しくありません。

なので、音声やチャットですり合わせをしながら、知識をスキルという血肉に変えていきましょう！

れん