

記事タイトル作成時に確認したい7つのこと

本チェックリストについて

本チェックリストは、キーワードマーケティングのブログで成果の出ているものや、各種 SNS で配信した結果を参考に作成しています。必ず成果を保証するものではないので、あくまで参考程度にご使用くださることをおすすめいたします。



記事タイトル作成時に確認したい7つのこと

1 記事キーワードを前半に持ってきているか

2 コンテンツを端的に表しているか

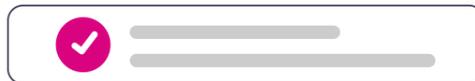
3 数字を使用しているか

4 文字数は30文字前後になっているか

5 記号を連続で使用していないか

6 フックとなる言葉が入っているか

7 釣りっぽくなく期待を裏切らないか



記事タイトル作成時に確認したい7つのこと

1 記事キーワードを前半に持ってきているか

- ・ コンテンツ作成時に定めたキーワードはタイトルの前半に設定
- ・ ユーザーが検索したキーワードが入っていないと求めているコンテンツかの判断が付きづらいため

2 コンテンツを端的に表しているか

- ・ 「誰に」「何を」伝えたいのかを明確にする
- ・ 抽象度が高いと誰にも刺さらないタイトルになってしまうので、ターゲットユーザーを意識してコンテンツ内容をタイトルでまとめて伝える

3 数字を使用しているか

- ・ 惹きのある数字「3,5,7,10,11」を用いる
- ・ 3：覚えやすく理解しやすい（例：世界三大〇〇、3サイズ(S,M,L)など）
- ・ 5：区切りがよく理解しやすい（例：5段階評価など）
- ・ 7：人間が一度に覚えられる数字が7±2の範囲（例：世界7不思議、郵便番号など）
- ・ 10：区切りがよく使う頻度が多い（例：TOP10、10年周期など）

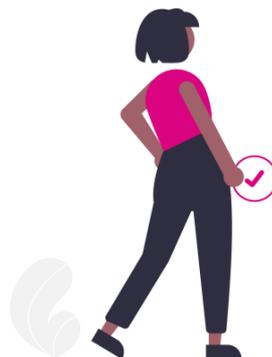
記事タイトル作成時に確認したい7つのこと

4 文字数は30文字前後になっているか

- ・ 検索結果で表示されるのは28文字から32文字（デバイス等によって異なる）
- ・ 見切れてしまう可能性があるので30文字前後で作成
- ・ 長過ぎることなく、コンテンツ内容を“分かりやすく”詰め込む

5 記号を連続で使用していないか

- ・ 冗長かつ稚拙に見えてしまう可能性があるため
- ・ 記号の連続使用（?!）は文字数の消費にも繋がるので控える



記事タイトル作成時に確認したい7つのこと

6 フックとなる言葉が入っているか

- ・フックとなる言葉には大きく7つの種類がある
 - ① 権威性：専門的で精通していることをアピール（例：AppleやGoogle社員も使ってる...）
 - ② 即効性：コンテンツ内容の効果がすぐあることを明示（例：簡単に、すぐできる等）
 - ③ 社会性：大部分の人に傾向が見られることを表現（例：10人中7人が持っている...）
 - ④ 限定系：対象を明確に絞る（例：EC担当者必見）
 - ⑤ レア系：希少価値が高いことを伝える（例：100個限定、6月10日まで...等）
 - ⑥ 網羅性：全ての情報を記載してあることを押し出す（例：全10種類まとめ）
 - ⑦ 速報／事件性：今すぐに見なきゃいけないことを伝える（例：【速報】、明日開催！等）

7 釣りっぽくなく期待を裏切らないか

- ・期待値をコントロールし、タイトルとコンテンツ内容が一致するようにする
- ・いくらクリックされるタイトルを作っても、ユーザーが満足しなかった場合、コンテンツの評価は低いものになってしまうため

記事タイトル作成後に参考にしたいこと

✓ 検索結果やサジェストを参考にする

- ・狙っているキーワードで検索して、上位10サイトのタイトルやサジェストを参考にする
参考にしつつも、被らないようなオリジナルのタイトルを意識する
- ・サジェストに入ってるキーワードでコンテンツにもその要素が入っているようであれば、追加を検討

✓ 巷に出ているコンテンツや広告を参考にする

- ・リスティング広告の見出し、Amazonで人気の書籍ランキングTOP10のタイトル、書店で平積みになっているものや、売れ筋ランキング上位の本のタイトル、Yahoo!のTOPページに出ているニュース、Google Discoverのコンテンツタイトルなどを参考にする
- ・よく使う言葉、聞く言葉が使用すると馴染み深くなり、ユーザーに意味が通りやすくなる

✓ タイトルができたなら音読をして確認する

- ・声に出すことでリズム感や違和感に気づくことができる
- ・つかえてしまう、息継ぎが変になる場合は読みづらい／意味が通じ辛くなっている場合がある