

Entreprise spécialisée en référencement

TOKYO SEO Maker

- ✓ Contenu de conseil en SEO
- ✓ Aperçu des Services
- ✓ SEO内部対策の決定版（Le guide ultime pour l'optimisation interne SEO）
 1. Formulation d'une stratégie de mots clés (y compris recherche concurrentielle)
 2. Diagnostic de correction technique
 3. Diagnostic de correction interne du site
 4. Guide de référencement de contenu
 5. Mesures CRO (mesures optimisées pour faciliter les demandes d'utilisateurs)
 6. Conférence SEO et conseil SEO
 7. Analyse WEB (2 fois au total)
- ✓ Frais
- ✓ Réalisations
- ✓ Profil de l'entreprise
- ✓ Flux/calendrier d'utilisation

Contenu de conseil SEO

Mesures nécessaires pour un
classement SEO optimal
Nous faisons tout du conseil

Mesures pour un classement SEO optimal

※Nous fournissons des conseils SEO sur ces cinq points.

SEO (L'optimisation des moteurs de recherche) nécessite les mesures ① à ⑤ ci-dessous, mais parmi elles, mesures internes ② et mesures externes ⑤ sont particulièrement importantes.

SEO全体図 5つのポイント



① Formulation de mots clés
Développez une stratégie en divisant les mots-clés cibles en phases. Identifiez les mots-clés avec lesquels votre entreprise est en concurrence.

② Mesures internes
Permettant au moteur de recherche Google d'indexer votre site et de le faire évaluer.

③ Création de contenu
Créer des articles que les utilisateurs recherchent, en incorporant des mots-clés appropriés pour le référencement.

④ Mesures SXO
Nous assurerons un flux d'utilisateurs optimal grâce à des mesures UI/UX et CRO.

⑤ Mesures externes
Bénéficiez de la puissance des sites externes en obtenant des backlinks de leur part.

Aperçu des services

Voici les cas qui bénéficieraient d'un conseil en référencement :



Cas
recommandé 1

Le site est complet. Le site en est encore à ses balbutiements, j'aimerais donc prendre des mesures de référencement pour attirer plus de clients.



Cas
recommandé 2

J'aimerais qu'un expert examine votre site pour voir s'il est optimisé pour le référencement.



Cas
recommandé 3

J'ai travaillé sur des mesures de référencement, mais il semble que j'ai atteint un plateau et que mes progrès sont lents.



Cas
recommandé 4

Je souhaite reconsidérer ma stratégie SEO.

Présentation du conseil SEO



Les mesures internes SEO sont des mesures qui consistent principalement à modifier les aspects internes d'un site pour le référencement.

Définition des besoins	Démarrage Objectifs du projet Confirmation des KPI
Analyse de la situation actuelle	Analyse du site Web Analyse compétitive Analyse d'accès Analyse des mots clés Analyse SEO
Formulation de plans d'amélioration	Formulation d'un plan d'amélioration Application du plan
Application des améliorations	Application du plan d'amélioration SEO
Vérification des effets	Surveillance du classement Vérification des mesures SEO
Planification régulière	Revue régulière de la stratégie SEO

Le guide définitif des mesures internes de référencement

Le guide définitif des mesures de référencement interne comporte six grandes lignes.

- 1. Formulation d'une stratégie de mots clés (recherche concurrentielle, conception...)**
- 1. Diagnostic de correction technique**
- 1. Diagnostic de correction interne du site Web**
- 1. Guide de référencement de contenu**
- 5. Mesures CRO (optimisées pour les demande renseignements des utilisateurs)**
- 6. Conférence SEO et conseil SEO**
- 7. Analyse WEB (2 fois au total)**

Formulation d'une stratégie de mots clés

Contenu de la stratégie SEO interne définitive ①

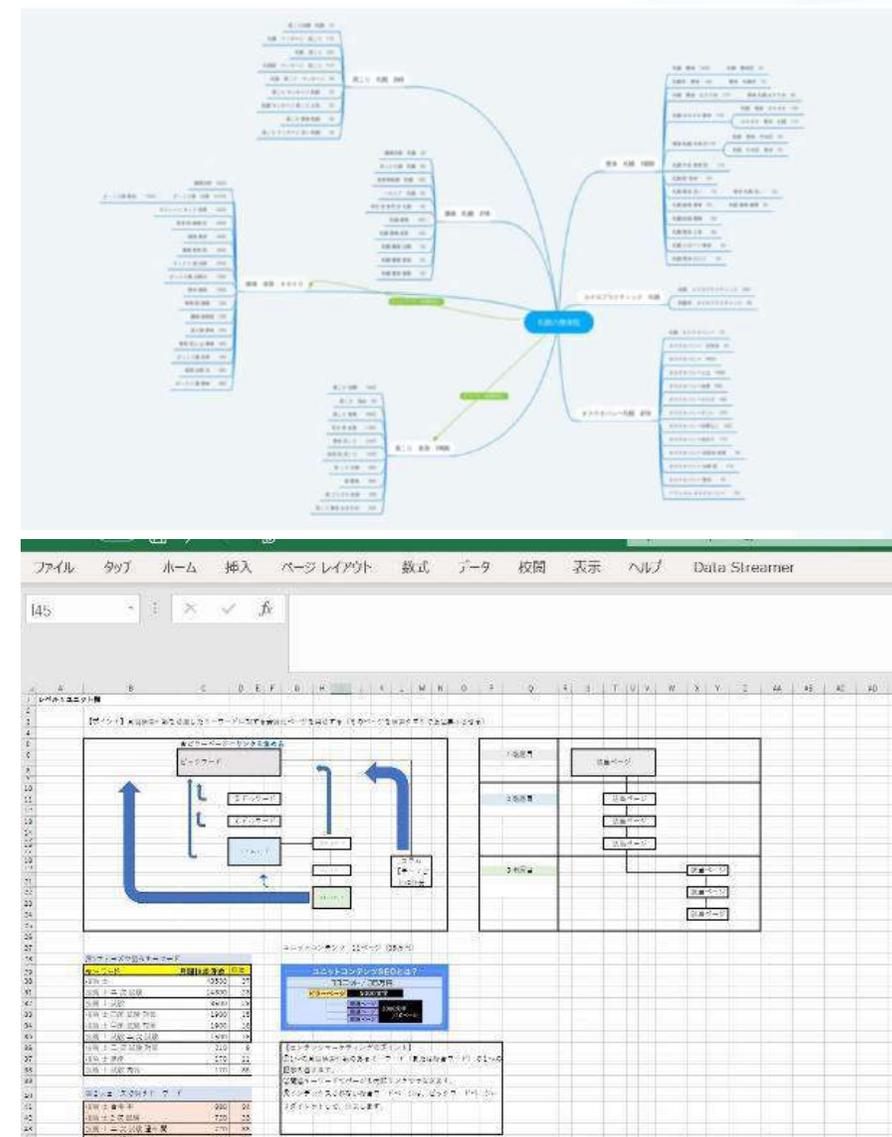
1. Formulation d'une stratégie de mots clés.

Avant de commencer les mesures de référencement, formulez la stratégie de mots clés nécessaire.

Nous développerons une stratégie pour chaque phase afin de déterminer les mots-clés à cibler. Nous identifierons tous les mots-clés ciblés par les sites de vos concurrents, ainsi que les mots-clés avec lesquels votre entreprise est en concurrence.

Nous formulerons toutes les stratégies nécessaires au site qui s'apprête à subir des mesures de référencement. De la phase 1 à la phase 4, nous formulerons des gros mots, des mots moyens et des mots-clés à longue traîne. Utiliser divers outils marketing.

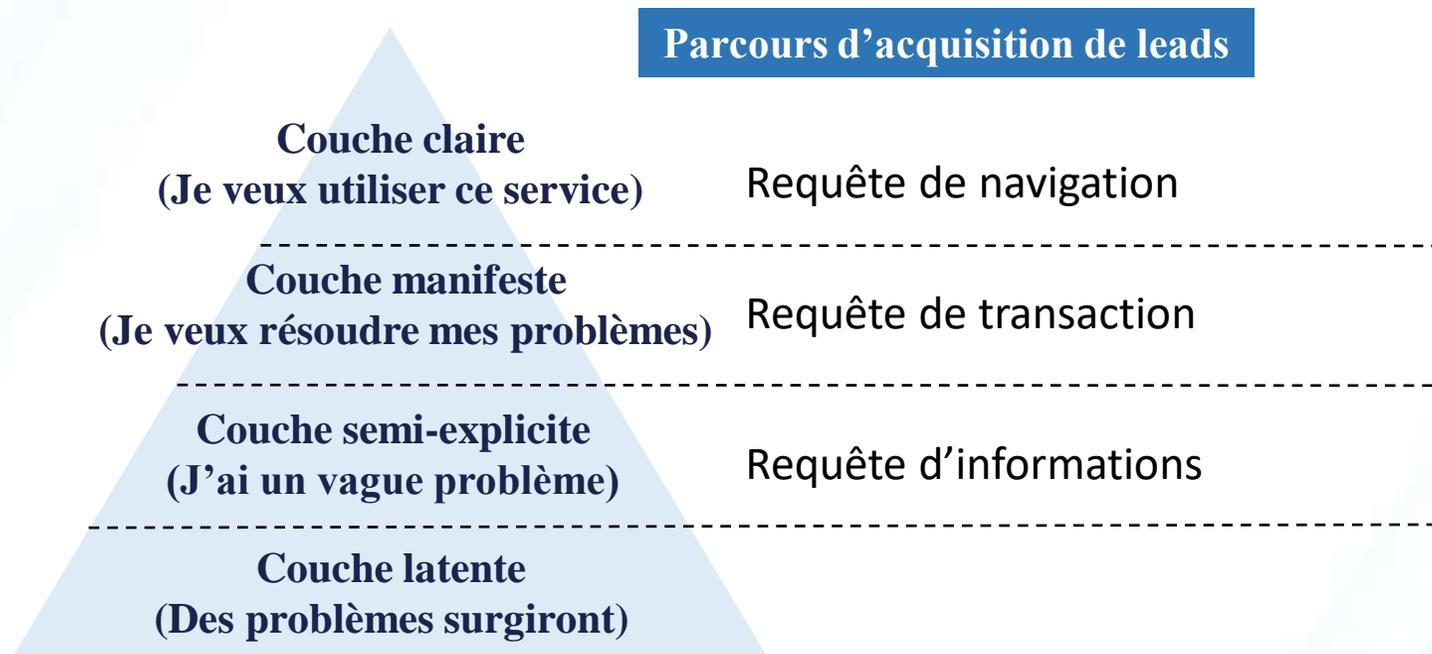
Je vais vous donner une conférence sur toutes les méthodes de stratégie de mots clés.



Par type de mot-clé

Les mots-clés recherchés par les utilisateurs sont appelés requêtes de recherche. On peut les classer en trois types.

1. Requête de navigation (Recherche nommée)
2. Requête de transaction (mots clés qui mènent à des achats)
3. Requête d'information (mots clés pour qui souhaite obtenir des informations)



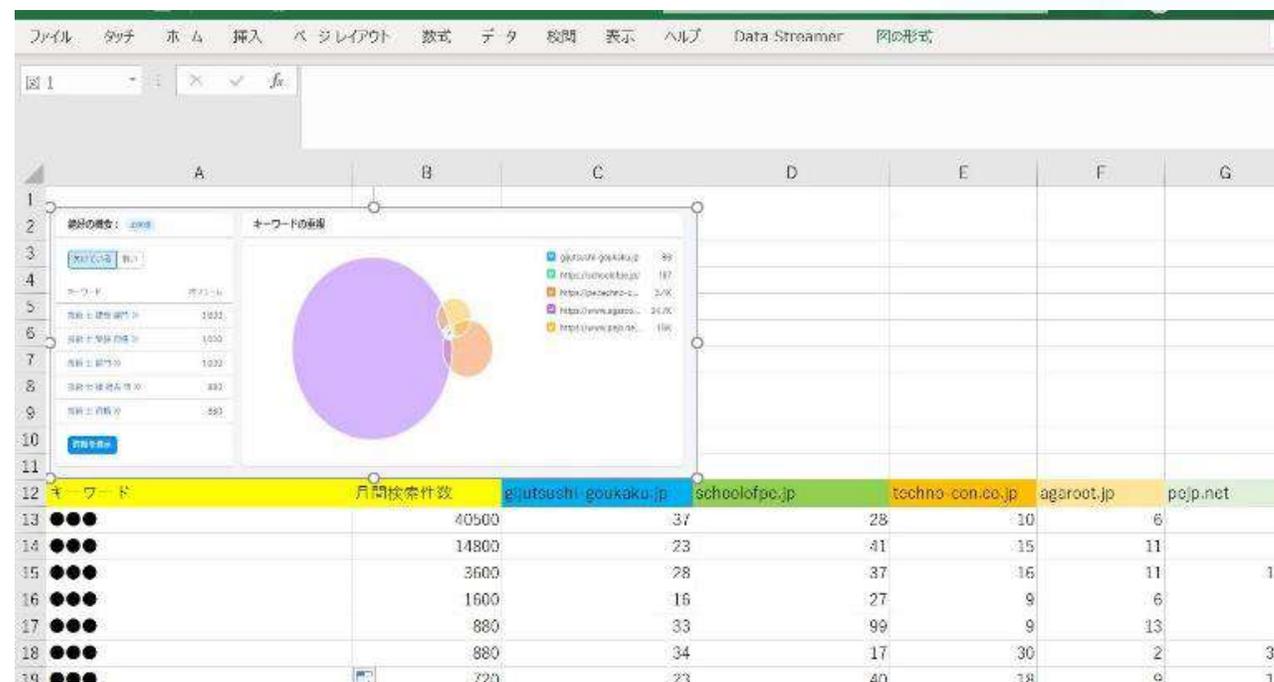
Recherche de concurrent et comparaison de mots clés

Effectuez des recherches concurrentielles et mesurez votre rapport aux sites concurrents.

Enquêtez sur les facteurs internes et externes de votre site.

- ✓Force du domaine
- ✓Nombre de liens externes
- ✓Nombre de contenus
- ✓Nombre d'index
- ✓Mots clés
- ✓Traffic
- ✓Qualité du site
- ✓Budget pour les mesures SEO

Visualisez le statut des sites concurrents.



Nous comprendrons la différence entre vous et la concurrence et la refléterons dans votre stratégie de référencement, en décidant du type de stratégie de mots clés à utiliser.

Sélection de mots clés pour extraire les articles manquants

Lorsque vous comparez avec vos concurrents, sélectionnez (mots-clés de contenu que vos concurrents possèdent et que votre entreprise n'a pas).

Nous ferons également des recommandations, y compris des actions recommandées.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	対象サイト							
2	サンプル	https://www.sumple.com						
3								
4	キーワード (優先順位の)	月間検索件数	推奨されるキーワード対応記事	推奨されるキーワード対応記事のURL (現段階)	推奨される対応	備考	現在の対応記事	現在の対応記事のURL
5	サンプル	12100	サンプル	https://www.sumple.com	ページのタイトル変更&文章追加/別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
6	サンプル	9900	サンプル	https://www.sumple.com	ページのタイトル変更&文章追加/別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
7	サンプル	9900	サンプル	https://www.sumple.com	ページのタイトル変更&文章追加/別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
8	サンプル	9900	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
9	サンプル	6600	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
10	サンプル	4400	サンプル	https://www.sumple.com	ページのタイトル変更&文章追加/別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
11	サンプル	3600	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
12	サンプル	3600	サンプル	https://www.sumple.com	ページのタイトル変更&文章追加/別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
13	サンプル	2900	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
14	サンプル	2900	サンプル	https://www.sumple.com	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
15	サンプル	2400	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
16	サンプル	2400	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
17	サンプル	1900	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
18	サンプル	1900	サンプル	https://www.sumple.com	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
19	サンプル	1900	サンプル	https://www.sumple.com	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
20	サンプル	1600	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
21	サンプル	1600	サンプル	https://www.sumple.com	ページのタイトル変更&文章追加/別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
22	サンプル	1600	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
23	サンプル	1600	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
24	サンプル	1300	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
25	サンプル	1000	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
26	サンプル	880	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
27	サンプル	880	サンプル	https://www.sumple.com	特になし	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
28	サンプル	880	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
29	サンプル	720	サンプル	https://www.sumple.com	別送、キーワードに対応する記事も追加推奨	※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	サンプル	https://www.sumple.com
30	サンプル	720	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
31	サンプル	720	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
32	サンプル	720	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com
33	サンプル	720	サンプル	https://www.sumple.com		※キムに「〇〇」という切り口で、基礎をまとめた記事も追加推奨	なし	https://www.sumple.com

Diagnostic de correction technique

Aperçu des mesures internes définitives en matière de référencement ②

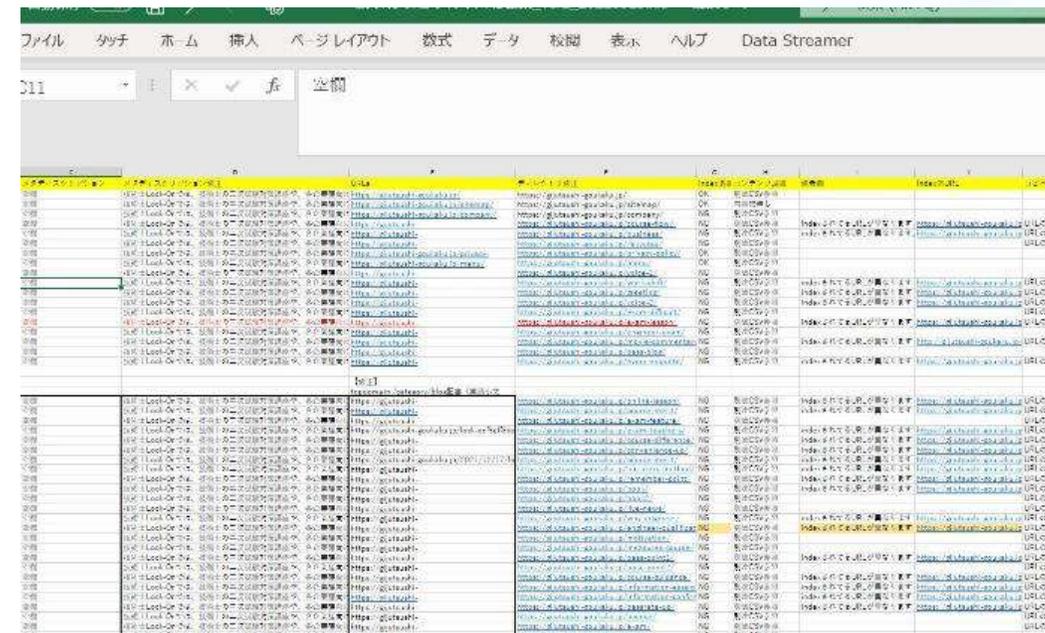
2. Diagnostic de correction technique

Soumettre un diagnostic de correction technique.

Corrections de parties techniques	paramètres
Pagination UX	vitesse du site
données structurées	Code source
Lien brisé	Amélioration de l'EFO

Vérifiez à l'intérieur du site

- Extraire l'URL de toutes les pages
- Création d'un plan du site.
- Vérifier la structure du répertoire de l'URL + Créer et proposer des corrections.
- Vérifier les erreurs 404 et les pages sans contenu.
 - ⇒ Suggestions de suppression si trouvées
- Nous résumerons les points et méthodes de correction des blogs, des colonnes et des URL.



A	B	C	D	E	F	G	H
行番号	URL	ステータス	メッセージ	エラーコード	修正URL	エラーメッセージ	エラータイプ
1	http://www.sample.com	OK			http://www.sample.com		connect title here
2	http://www.sample.com/01	OK			http://www.sample.com/01		connect title here
3	http://www.sample.com/02	OK			http://www.sample.com/02		connect title here
4	http://www.sample.com/03	OK			http://www.sample.com/03		connect title here
5	http://www.sample.com/04	OK			http://www.sample.com/04		connect title here
6	http://www.sample.com/05	OK			http://www.sample.com/05		connect title here
7	http://www.sample.com/06	OK			http://www.sample.com/06		connect title here
8	http://www.sample.com/07	OK			http://www.sample.com/07		connect title here
9	http://www.sample.com/08	OK			http://www.sample.com/08		connect title here
10	http://www.sample.com/09	OK			http://www.sample.com/09		connect title here
11	http://www.sample.com/10	OK			http://www.sample.com/10		connect title here
12	http://www.sample.com/11	OK			http://www.sample.com/11		connect title here
13	http://www.sample.com/12	OK			http://www.sample.com/12		connect title here
14	http://www.sample.com/13	OK			http://www.sample.com/13		connect title here
15	http://www.sample.com/14	OK			http://www.sample.com/14		connect title here
16	http://www.sample.com/15	OK			http://www.sample.com/15		connect title here
17	http://www.sample.com/16	OK			http://www.sample.com/16		connect title here
18	http://www.sample.com/17	OK			http://www.sample.com/17		connect title here
19	http://www.sample.com/18	OK			http://www.sample.com/18		connect title here
20	http://www.sample.com/19	OK			http://www.sample.com/19		connect title here
21	http://www.sample.com/20	OK			http://www.sample.com/20		connect title here
22	http://www.sample.com/21	OK			http://www.sample.com/21		connect title here
23	http://www.sample.com/22	OK			http://www.sample.com/22		connect title here
24	http://www.sample.com/23	OK			http://www.sample.com/23		connect title here
25	http://www.sample.com/24	OK			http://www.sample.com/24		connect title here
26	http://www.sample.com/25	OK			http://www.sample.com/25		connect title here
27	http://www.sample.com/26	OK			http://www.sample.com/26		connect title here
28	http://www.sample.com/27	OK			http://www.sample.com/27		connect title here
29	http://www.sample.com/28	OK			http://www.sample.com/28		connect title here
30	http://www.sample.com/29	OK			http://www.sample.com/29		connect title here
31	http://www.sample.com/30	OK			http://www.sample.com/30		connect title here
32	http://www.sample.com/31	OK			http://www.sample.com/31		connect title here

Diagnostic de correction interne du site

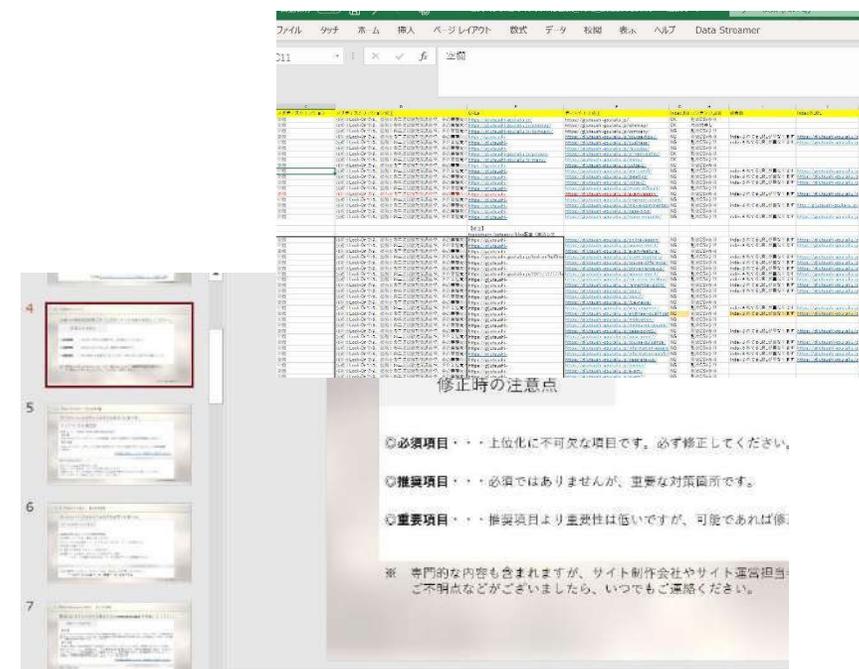
Aperçu des mesures internes définitives en matière de référencement ③

3. Diagnostic de correction interne du site

Nous soumettrons un rapport de correction interne du site de 30 pages au format PDF et Excel.

Titre	Meta Description
Hashtags	attribut alt
lien interne	colonnes
Interface utilisateur (niveau de base)	problème de duplication
annuaire	Problèmes avec le site

Le contenu ci-dessus fait partie du diagnostic de correction interne du site. Les problèmes étant différents pour chaque site, nous fournirons des instructions de correction spécifiques pour chaque site.



Guide de référencement de contenu

Aperçu des mesures internes définitives en matière de référencement ④

4. Guide de référencement de contenu

Je vais vous donner une conférence sur la façon de faire du référencement de contenu.

Comment créer un personnage	parcours client
Comment créer des articles optimisés par mots clés	Article savoir-faire à afficher en haut
direction du contenu	Comment ordonner au writer
Guide de référencement de contenu	Flux de création de contenu

Nous fournirons les documents ci-dessus au format PDF et Excel et donnerons une conférence sur ZOOM.



The image shows a document table of contents with a sidebar on the left. The sidebar has a 'ファイル' (File) tab and a 'タグ' (Tag) tab, with 'A1' selected. The table of contents is as follows:

- はじめに..... 3
- 第1章 コンテンツマーケティングを成功させるためのステップ..... 4
 - 1. ゴール設定..... 6
 - ・ブランディング..... 6
 - ・リードナーチャリング..... 6
 - ・エンゲージメントの増加..... 6
 - ・ロイヤリティの向上..... 6
 - ・オピニオンリーダーとしての確立..... 6
 - 2. ペルソナ設計(ターゲット設計)..... 7
 - 3. コンテンツ設計..... 8
 - ・認知フェーズ..... 8
 - ・評価フェーズ..... 8
 - ・購入フェーズ..... 8
 - 4. エディトリアルカレンダーの作成..... 9
 - 5. KPIの測定..... 9
- 第2章 コンテンツ制作の流れ..... 10
 - 1. ペルソナの作成..... 10
 - 2. カスタマージャーコーマップの作成..... 10
 - 3. キーワードの決定..... 10
 - 4. ユーザーインサイトの深掘り(検索意図の推測)..... 10
 - 5. 上位コンテンツの分析..... 10
 - 6. 共起語とサジェストキーワードの調査..... 10
 - 7. 記事構成の作成..... 10
 - 8. 記事タイトル..... 10
 - 9. 記事タイトルの確定..... 10
 - 10. アイキャッチ画像、図表の作成、description..... 10
 - 11. 公開..... 10
- 第3章 東京SEOメーカーのコンテンツ制作..... 11
 - 1. コンテンツSEOの重要性..... 11
 - 2. キーワード戦略の決定、マッピング、トピック..... 11
 - 3. 競合記事調査、要素分析..... 11
 - 4. 記事構成作成、ライターへの指示書作成..... 11
 - 5.ライターによる執筆、コンテンツディレクタ..... 11

Persona design/paramétrage des KPI

Créez et partagez des personas pour cibler votre site. Nous partagerons également des KPI.

Mettre en place un véritable « persona » de modèle client



山田 太一
WEB担当者

プロフィール

Birthday : 1996年12月10日
 Gender : 男性
 Age : 27
 Phone : +123-456-7890
 Email : hello@reallygreatsite.com
 Address : 東京都

デモグラフィック

4人家族。東京X大学卒業。卒業後ABC社に入社。半導体について学ぶ。WEB担当者として元々はプログラミングを中心に仕事をおこなう。その後、大手ECサイトでマーケティングを担当。マーケティングを基礎から学ぶものまだ十分には実力を発揮できていない。

スキル

Public Speaking	92%
Copywriting	90%
Design Graphic	98%

サイコグラフィック

WEB担当者として実力を発揮できておらず、何か便利なツールはないかと探している。一方で、地道な努力も欠かさない人物のため、普段から、本などを読み情報収集も欠かさない。

お気に入りブランド



人物像

4人家族。東京X大学卒業。卒業後ABC社に入社。半導体について学ぶ。WEB担当者として元々はプログラミングを中心に仕事をおこなう。その後、大手ECサイトでマーケティングを担当。マーケティングを基礎から学ぶものまだ十分には実力を発揮できていない。WEB担当者として実力を発揮できておらず、何か便利なツールはないかと探している。

性格

コミュニケーション	Progress bar
協調性	Progress bar
主体性	Progress bar



山田 美智子
デザイナー



+123-456-7890



www.reallygreatsite.com



123 Anywhere ST., Any City 12345

目的

- できる限りコストの安い商品が欲しい
- 時間を短縮させてくれる物であれば、喜んで購入する
- 時間がないため、あまり想像には購入に時間をかけない
- 今までにない画期的な商品が欲しい
- 自分を褒めてくれるような商品が欲しい
- まだ誰も持っていない商品が欲しい

スキル

Public speaking	Progress bar
Copywriting	Progress bar
Marketing	Progress bar

- Nom, âge, sexe, formation, profession, poste, revenu annuel, lieu de résidence (location ou propriété), marié/non marié
- Structure familiale (nombre d'enfants et de membres de la famille vivant ensemble), loisirs, routine quotidienne, SNS utilisés, appareils utilisés
- Valeurs ▪ Mode de vie ▪ Histoire ▪ Modèle de vie ▪ Besoins ▪ Désirs

Comprendre les clients et créer des parcours clients

Actions et points de contact

Synthèse d'un « Parcours client »

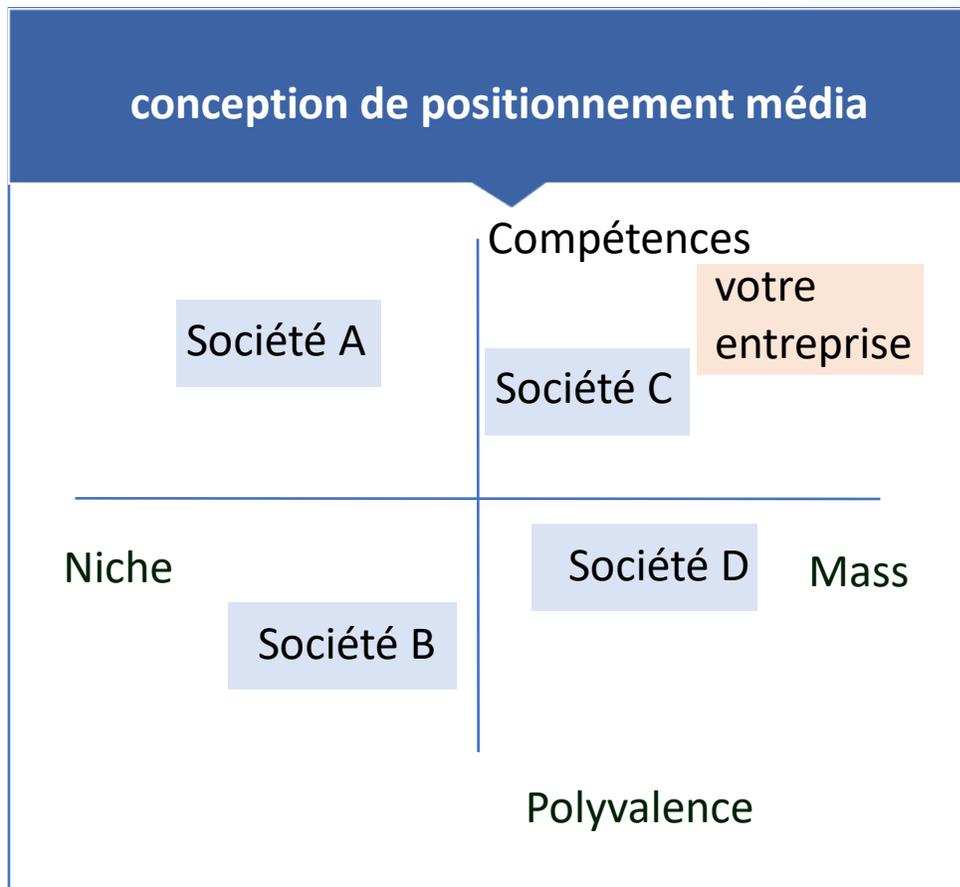
1. Trier les questions des utilisateurs
2. Quand = Organiser les phases
3. Où = Organiser les emplacements et les chaînes
4. Pourquoi = étudier le comportement
5. Rechercher quoi = points de contact
6. Rechercher comment = méthode d'approche

カスタマージャーニーマップ



Confirmation du concept média et du positionnement média

Création de concepts médiatiques	
Cible	Direction
stratégie de marketing de contenu	stratégie de marque
Résultats fournis aux utilisateurs	Paramètres de catégorie



Guide de référencement de contenu et formulation de mots clés

Développer la stratégie de mots clés nécessaire avant de commencer les mesures de référencement.

The screenshot shows the SEOmaker interface with a site structure diagram on the left and a table on the right. The diagram illustrates a hierarchy from 'ホームページ' (Home Page) down to 'お問い合わせ' (Contact Us) through various sub-pages. The table below it details the keyword strategy for each page level.

1階目	2階目	3階目
ホームページ	会社概要	お問い合わせ
	サービス	お問い合わせ
	お問い合わせ	お問い合わせ
	お問い合わせ	お問い合わせ

Below the table, there are sections for 'SEOフェーズごとのキーワード' (Keywords by SEO phase) and 'Google Search console' / 'Semrush' integration options.

The screenshot shows a spreadsheet with a bubble chart titled 'キーワードの動向' (Keyword Trends). The chart displays four bubbles of different sizes and colors (purple, orange, yellow, green) representing different keywords. To the right of the chart is a table with the following data:

キーワード	月間検索件数	g-jutsuchi-gouxaku.jp	schoolofpc.jp	techno-con.co.jp	agaroot.jp	pcjp.net
●●●●	40500	37	28	10	6	3
●●●●	14800	23	41	15	11	9
●●●●	3600	28	37	16	11	10
●●●●	1600	16	27	9	6	7
●●●●	880	33	99	9	13	8
●●●●	880	34	17	30	2	36
●●●●	720	22	40	18	0	11

Nous développerons une stratégie pour chaque phase afin de déterminer les mots-clés à cibler.

Nous identifierons tous les mots-clés ciblés par les sites de vos concurrents, ainsi que les mots-clés avec lesquels votre entreprise est en concurrence.

Nous avons également formulé toutes les stratégies nécessaires pour que le site soit SEO-friendly, en utilisant divers outils marketing,

De la phase 1 à la phase 4,

- Formulez de grands mots, des mots moyens et des mots-clés à longue traîne.

Nous vous donnerons également une conférence sur la façon d'élaborer une stratégie de mots clés.

De la sélection de mots clés au référencement du contenu unitaire

De la formulation de mots-clés de référencement de contenu et de l'extraction d'articles manquants au référencement de contenu unitaire

	A	B	C	D	E
1	対象サイト				
2	●●●サイト	https://sampleサンプル.co.jp/			
3					
4	キーワード	月間検索件数	22/09順位	推奨されるキーワード対応記事のURL	推奨される対応
5	キーワード1	40500	19	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
6	キーワード2	14800	19	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更/対応記
7	キーワード3	14800	62	対応記事無し	[OO] でタイトルが始まる記事を追加推奨
8	キーワード4	9900	19	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
9	キーワード5	6600	45	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
10	キーワード6	5400	26	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
11	キーワード7	5400	30	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
12	キーワード8	5400	14	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
13	キーワード9	4400	12	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
14	キーワード10	4400	54	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
15	キーワード11	3600	27	対応記事無し	[OO] でタイトルが始まる記事を追加推奨
16	キーワード12	3600	71	対応記事無し	[OO] でタイトルが始まる記事を追加推奨
17	キーワード13	2900	34	対応記事無し	[OO] でタイトルが始まる記事を追加推奨
18	キーワード14	2900	87	対応記事無し	[OO] でタイトルが始まる記事を追加推奨
19	キーワード15	2900	79	対応記事無し	[OO] でタイトルが始まる記事を追加推奨
20	キーワード16	2900	18	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
21	キーワード17	2400	64	対応記事無し	[OO] でタイトルが始まる記事を追加推奨
22	キーワード18	1900	35	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
23	キーワード19	1900	9	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
24	キーワード20	1900	12	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更
25	キーワード21	1900	37	http://sampleサンプル.co.jp	ページタイトル/メタディスクリプション変更

Nous examinons également les mots-clés de nos concurrents et extrayons tous les mots-clés à cibler, les mots-clés manquants et les groupes de mots-clés manquants. Utilisez une variété d'outils de marketing professionnels.

Nous identifierons les pages gagnant en classement et le contenu manquant, et déciderons quels articles télécharger à l'avenir.

Créez des clusters en connectant les articles par unités de 10 avec des liens internes.

Page de classement > Un contenu encore plus riche

Pages qui n'ont pas été classées > Mise en place d'un nouvel article

Mesures CRO

5. Mesures CRO

Services CRO (UI, amélioration UX, acquisition de CV, Call to action, EFO)

Nous soumettrons une synthèse concrète des plans d'amélioration pour le CVR, le CV, le CPA, l'UI et l'UX.



Optimisez les actions des utilisateurs qui conduisent à des demandes de renseignements.

Je vais vous donner une conférence sur la façon de penser.



Conférence SEO et conseil SEO

Aperçu des mesures internes SEO définitives ⑥

6. Conférence SEO et conseil SEO via zoom

Nous expliquerons le concept via ZOOM ou Google Meet.

- Conférence sur le référencement de contenu
- Conseil SEO
- Q&A ▪ Explication du suivi des mesures externes SEO
- Analyse WEB

Je donnerai une conférence sur la façon de l'utiliser, de le visualiser et de l'analyser.

6 mois d'assistance

Consultation de 2 heures une fois par mois



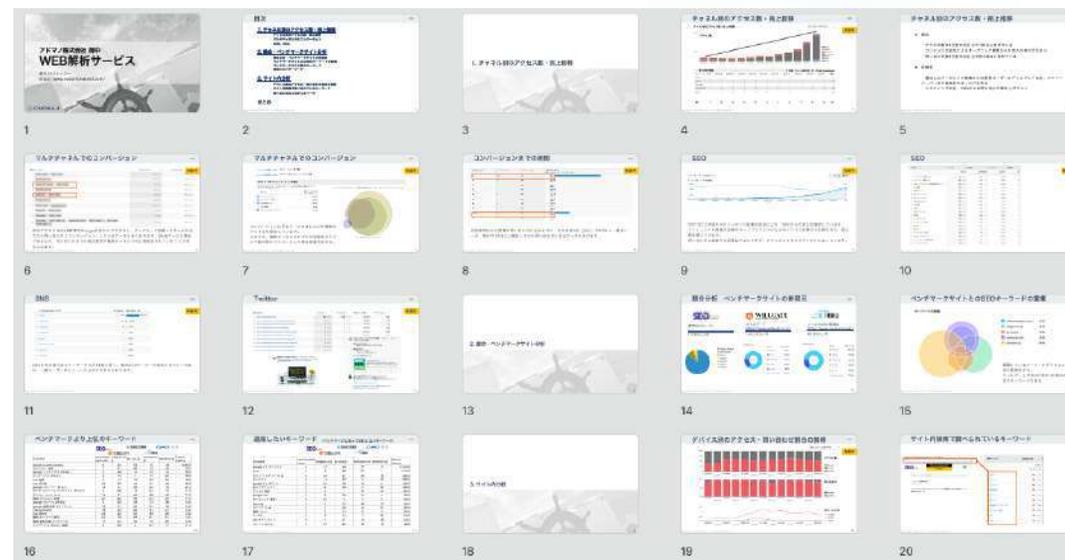
Analyse WEB

Esquisse de la stratégie SEO interne définitive ⑦ *Cours standard et supérieur

7. Analyse WEB

Comprend deux analyses dans les 6 mois

Avec notre service d'analyse Web, nous analysons objectivement l'état actuel de votre site (diagnostic) sur la base de données, de l'analyse client et de l'analyse des canaux aux propositions d'amélioration des pages, et proposons des mesures d'amélioration spécifiques (prescriptions).



Frais

Le guide ultime des coûts des mesures internes SEO

Diagnostic de correction interne du site/diagnostic technique SEO

Guide de référencement de contenu/formulation de stratégie de mots clés

Mesures CRO (amélioration UI.UX)

Conférence/consultation SEO

495,000Yens

※Chaque site a des problèmes différents, nous personnalisons et soumettons ce dont vous avez besoin.

(taxe incluse)

+ **60,500 yens/mois** (taxe incluse)

En plus de l'enquête initiale, nous vérifions également chaque mois les articles de contenu interne et les liens internes du site.

Les modifications prendront 6 mois.

Aperçu et introduction de chaque formule

Recommandé !

Accompagnement interne (interne uniquement)	Formule normal (interne + externe)	Formule standard (interne + externe)	Cours premium (interne + externe)
<p>Consultation et enquête initiales</p> <p>495,000 Yens (Taxe include)</p> <p>+</p> <p>60,500 Yens/mois (Taxe include)</p>	<p>Consultation et enquête initiales</p> <p>495,000 Yens (Taxe include)</p> <p>+</p> <p>月 110,000 Yens/mois (Taxe include)</p>	<p>Consultation et enquête initiales</p> <p>495,000 Yens (Taxe include)</p> <p>+</p> <p>月 330,000 Yens/mois (Taxe include)</p>	<p>初回コンサルと調査</p> <p>495,000 円 (税込)</p> <p>+</p> <p>月 550,000 円 (税込)</p>
<p>Pour 6 mois</p> <p>858,000 Yens (Taxe include)</p>	<p>Pour 6 mois</p> <p>1,155,000 Yens (Taxe include)</p>	<p>Pour 6 mois</p> <p>2,475,000 Yens (Taxe include)</p>	<p>6カ月</p> <p>3,795,000 円 (税込)</p>
<p>En plus de la consultation et de l'enquête initiales, nous passerons six mois à apporter des corrections internes détaillées.</p>	<p>Nous réaliserons des corrections internes détaillées et des mesures externes sur une période de 6 mois.</p> <p>*15 articles de liaison externes</p>	<p>Nous réaliserons des corrections internes détaillées et des mesures externes sur une période de 6 mois.</p> <p>*25 articles de liaison externes</p>	<p>内部の細かい修正対策と外部対策を6カ月かけて行います。</p> <p>※外部タイアップ記事50本</p>

Création d'articles de contenu (1 seul article)

Nous allons créer et livrer un article de 5000 caractères en utilisant les mots-clés de contre-mesure proposés dans la stratégie de mots-clés.

1 article

5000 caractères 1 Article

33,000 Yens (Taxe incluse)

Création d'articles de contenu d'unité (12 articles))

Création de 12 articles de 5000 caractères chacun en utilisant les mots-clés de contre-mesure proposés dans la stratégie de mots-clés.

Nous prenons même en charge le regroupement de sujets.

Page de classement > Un contenu encore plus riche

Pages non classées > Mise en place de nouveaux articles

12 articles

5000 caractères 12 Articles

385,000 Yens (Taxe incluse)

Analyse des accès par les détenteurs de GAIQ

1 fois **200,000** Yens (Taxe incluse)

Améliorations CRO/CVR planification du plan d'amélioration

1 fois **350,000** Yens (Taxe incluse)

Opération publicitaire PPC

Paramétrage initial

150,000 Yens (Taxe incluse)

commission

dépenses pub 20%

Améliorations de l'interface utilisateur/UX (Analyse → Planification de l'amélioration)

1 fois **350,000** Yens (Taxe incluse)

Formule d'introduction
au support interne
(interne uniquement)

Cours de support interne (interne uniquement)

En plus de la consultation et de l'enquête initiales, nous passerons six mois à apporter des corrections internes détaillées.

✓ Consultations et enquêtes initiales

Première consultation

Nous ferons un audit de la situation et les préoccupations de votre entreprise et déterminerons l'orientation des mesures de référencement efficaces.

étude de site

Nous enquêterons de manière approfondie sur votre site et sur les sites de vos concurrents et identifierons tout problème.

✓ Proposition de mesures internes au site web

- 1 . Formulation d'une stratégie de mots clés
- 2 . Diagnostic de correction interne du site
- 3 . Diagnostic de correction technique
- 4 . Guide de référencement de contenu
- 5 . Cours SEO & Conseil SEO/Méthode d'analyse WEB

Formule normale
(interne + externe) introduction

Formule normale (interne + externe)

En plus de la consultation et de l'enquête initiales, nous passerons six mois à apporter des corrections internes détaillées et à mettre en œuvre des contre-mesures externes.

Consultation et enquête initiales

étude de site web

Propositions de mesures internes au site

1. Formulation d'une stratégie de mots clés
2. Diagnostic de correction interne du site
3. Diagnostic de correction technique
4. Guide de référencement de contenu
5. Mesures CRO
6. Conférence SEO et consultant SEO

[Différences avec le cours de support interne]

Mesures externes

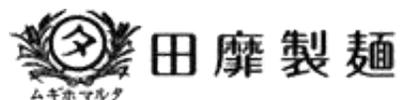
Création de 15 articles de liaison. Acquérir des backlinks.

. Mesures internes

- . Instructions pour créer des liens d'unités mutuelles pour les articles en référencement de contenu (dans les 50 pages)
- . Instructions de formulation et de contrôle du PLP (dans les 50 pages)

Réalisations

Exemples de partenaires commerciaux japonais



Exemples de partenaires commerciaux mondiaux



Nous avons de nombreuses réalisations sur notre site Web, alors n'hésitez pas à y jeter un œil.

Profil de l'entreprise

Présentation de notre société « Tokyo SEO Maker »

Entreprise de marketing digital spécialisée en SEO

TOKYO SEO MAKER

<https://www.switchitmaker2.com/>



A aidé plus de 2 500 clients à attirer des clients en ligne en 12 ans

Nous avons accumulé un « savoir-faire unique » au cours de nombreuses années de recherche sur les algorithmes des moteurs de recherche.

Classé premier dans la recherche Google pour de nombreux mots tels que [Stratégie SEO] [SEO Tokyo] [Score SEO] [Quel est le contenu populaire] depuis de nombreuses années Classé sur la première page pour plus de 600 mots liés au référencement

Grands mots [Mesures SEO] [Conseil SEO] etc. Affichage supérieur

Raisons de choisir Tokyo SEO Maker

① Raison du choix Efficace en SEO



Le marketing Web consiste à « créer un système pour vendre sur le Web ». Si vous parvenez à obtenir des résultats avec le référencement, qui en est le cœur, il sera plus facile de mettre en œuvre vos mesures de manière efficace et réussie.

Nous avons accumulé des technologies SEO et un savoir-faire unique grâce à des recherches sur les derniers algorithmes Google.

② Raison du choix Fort en analyse



La situation diffère selon les sites. Par conséquent, afin d'obtenir des résultats fiables, il est d'abord nécessaire de comprendre avec précision la situation actuelle. Nous identifions les problèmes actuels grâce à une analyse 3C approfondie et proposons des mesures marketing qui mèneront à des résultats basés sur des stratégies basées sur les données.

③ Raison du choix Fort également à l'étranger



Étant donné que les moteurs de recherche utilisés au Japon et dans d'autres pays sont différents, les mesures efficaces seront différentes. Grâce à notre équipe de consultants SEO trilingues à l'étranger, nous sommes en mesure de réaliser des mesures de marketing, en Amérique, en Europe et en Asie.

Consultant SEO



PDG
Takeshi Amano

Expert en marketing. Détient la certification individuelle Google Analytics GAIQ. Après avoir obtenu son diplôme de la faculté de droit de l'Université Nihon, il a voyagé à travers le monde, notamment en Australie, en Italie, en France, en Thaïlande et au Cambodge, puis a vécu au Royaume-Uni pendant un an et demi pour perfectionner ses compétences linguistiques et sa perspective internationale. De retour au Japon, il acquiert une expérience de vente dans une agence de publicité. Création d'Admano en 2012.

Consultante SEO



Analyste web
Ayaka Kurakami

Consultant SEO avec expérience en production Web. Après avoir appris des techniques telles que la conception et l'analyse UI/UX tout en expérimentant la création de sites pour divers clients en tant que codeur, il s'est tourné vers devenir consultant SEO et analyste Web. Il est bon en planification stratégique professionnelle car il possède de l'expérience et des compétences liées à la production de sites sous divers aspects.

Consultant SEO



webmarketeur
Noriyoshi Otaki

Un spécialiste impliqué dans les opérations publicitaires et l'accompagnement au recrutement depuis de nombreuses années. Détient la certification individuelle Google Analytics GAIQ. A travaillé dans une agence de publicité pendant 20 ans, et en tant que marketeur, j'ai fourni un soutien total pour divers contenus publicitaires, principalement dans le domaine du recrutement. Après avoir rejoint Admano, il était principalement responsable du conseil en planification stratégique pour le référencement des sites d'emploi et des médias détenus.

En charge : États-Unis, Thaïlande, Royaume-Uni



Consultante en analyse web
Paveena Suphawet

Trilingue en anglais, thaï et japonais, avec une vaste expérience en référencement à l'étranger. Après avoir étudié les technologies informatiques de pointe à l'Université internationale Assumption en Thaïlande, il a étudié à l'étranger à la Graduate School de l'Université de Greenwich en Angleterre, avec une spécialisation en commerce international. Après avoir travaillé au sein de la branche thaïlandaise d'ExxonMobil, dont le siège est aux États-Unis, elle est impliquée dans Admano depuis sa création.

Responsable : France/Pays francophones



Consultant SEO
Mathieu VILLARD (Mat)

Diplômé du Département de Japonais de l'Université de Grenoble en France, obtenu le Brevet de technicien supérieur MCO (Commercial Operations Management), obtenu le Diplôme Européen d'Études Supérieures en Marketing, a travaillé dans les relations publiques japonaises dans l'industrie nucléaire japonaise au sein d'Orano/Areva, il est en charge de la culture et de l'histoire japonaise. Bon en codage et en référencement technique. Je travaille actuellement en tant que représentant pour la succursale française d'Admano.

Responsable des États-Unis



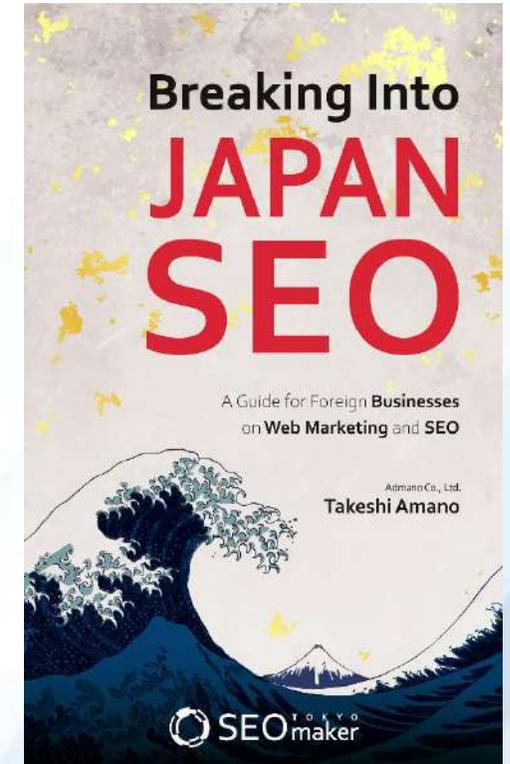
Consultant SEO
Greer Julianna Hope

Rédacteur et expert en marketing expérimenté de langue maternelle anglaise, spécialisé dans la création de contenus convaincants et la mise en œuvre de stratégies marketing efficaces. Compétent en techniques de SEO américaines et en conception de sites web. Dédié à maximiser l'impact des marques et à optimiser la présence en ligne. Diplômé en Communications des Nouveaux Médias. Les nouveaux médias désignent tous les médias diffusés numériquement. Obtenir ce diplôme m'a permis de développer un large éventail de compétences pour travailler dans les médias et la technologie à travers de nombreuses industries.

Nom du site	TOKYO SEO MAKER (https://www.switchitmaker2.com/)
Nom de la société	Admano (https://admano.co.jp/)
Numéro de société de l'entreprise	0115-01-017825
Date de création de l'entreprise	11.07.2012
Représentant	Takeshi AMANO
Capital	60 000€
TEL	+81-3-5394-8107
FAX	+81-3-5980-9170
Adresse	3-1-1 Sugamo, Toshima-ku, Tokyo 170-0002 Sugamo Sakura Namiki Dori Building 301
Contenu professionnel	Optimisation des moteurs de recherche (SEM/SEO) / Production WEB / Développement de systèmes / Marketing WEB / Entreprise de publicité Internet
Banques	Succursale de Komagome de la Johoku Shinkin Bank Département des ventes de la succursale principale de la Sugamo Shinkin Bank

Livres du référenceur Tokyo SEO Maker (Admano Co., Ltd.)

Vous pouvez le lire avec le plan de lecture illimitée d'Amazon Kindle.



Flux et calendrier d'utilisation



Suivi après commande

① Une fois la commande décidée, nous vous enverrons une facture.

Veillez transférer les frais sur notre compte indiqué sur votre facture.



② Après paiement, nous vous enverrons le certificat médical interne révisé du site et d'autres documents (PDF et Excel) dans un fichier ZIP.

Veillez suivre ces instructions et modifier le titre, la balise méta, la balise h1 et les autres parties internes du site.

*Si vous souhaitez que nous effectuions des corrections à votre place, nous vous fournirons un devis séparé après présentation d'un certificat médical de correction interne au site.

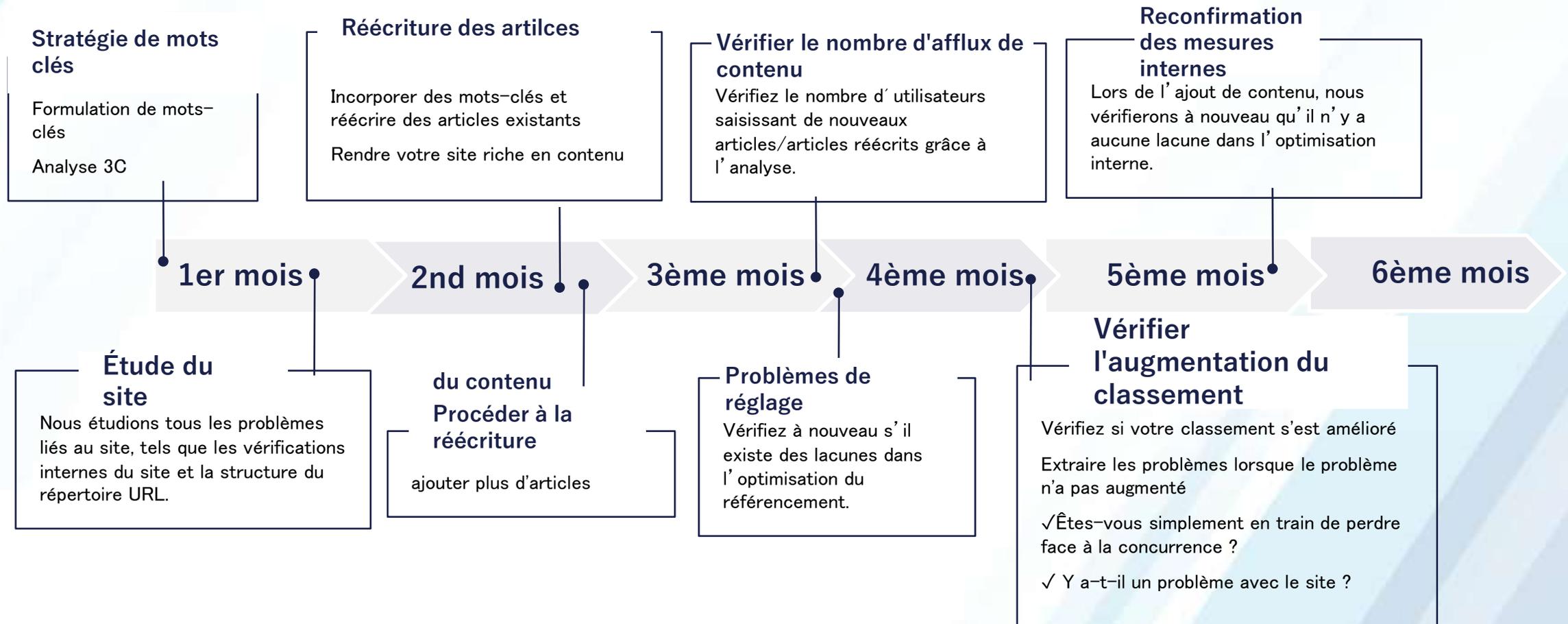


③ Après l'avoir lu, nous vous donnerons une conférence SEO à une date et une heure qui vous conviennent.

Après réception de votre demande, nous éditerons et présenterons votre stratégie et vos tactiques.

Afin d'obtenir des résultats, il est essentiel que votre entreprise et la nôtre travaillent ensemble en tant que partenaires.

La stratégie seule ne produira pas de résultats ; la clé est de savoir comment la mettre en œuvre, c'est pourquoi nous communiquerons bien.



Q. Que faites-vous pour le référencement ?

R. Notre consultant SEO travaillera avec votre équipe pour développer une stratégie de référencement et travaillera à améliorer votre référencement sur une base mensuelle. Nous accompagnons la mise en place d'opérations SEO selon les besoins. L'objectif est d'obtenir un meilleur classement pour vos mots-clés dans les moteurs de recherche et d'augmenter le trafic organique et les conversions. Plus précisément, nous réaliserons des mesures de référencement internes et des mesures de référencement externes.

Q. Comment les mesures de référencement seront-elles rapportées ?

R. Chez Tokyo SEO Manufacturer (notre société), nous fournissons des rapports mensuels par e-mail et organisons des réunions mensuelles à l'aide de ZOOM ou de Google Meet. Nous rendons compte des classements, des améliorations du site, confirmons les problèmes, etc., et partageons nos mesures avec nos clients une fois par mois. Il est facile de voir ce que nous avons fait et quels membres de l'équipe en sont responsables. En visualisant tout, vous pouvez avancer dans la bonne direction avec un sentiment de sécurité.

Q. Combien de temps faut-il pour voir les résultats et les effets des mesures de référencement ?

R. Il faut environ six mois à un an pour que les effets SEO apparaissent. Le temps nécessaire pour voir les résultats des mesures de référencement dépend de divers facteurs, notamment l'existence de sanctions dans le passé, le statut des concurrents, l'âge du domaine et le classement actuel du site. L'objectif du référencement est d'apparaître sur la première page des résultats de recherche, et à mesure que votre classement augmente au fil du temps, l'image de marque et la visibilité globale de votre site s'amélioreront également. Le référencement nécessite un effort à long terme, et des efforts constants sont essentiels pour atteindre les meilleurs classements.

東京SEOメーカーは確かな戦略コンサルで「あらゆる課題」を解決するデジタルマーケティングのプロ集団、それが東京SEOメーカーです。検索エンジン黎明期から様々な観点でSEOを中心にWebを研究し続けていた代表が2012年に創業。長年にわたるアルゴリズム研究と検証で独自の上位表示ノウハウを蓄積しつつ、無駄を省いた社内システムを構築することでクオリティの高いサービスを実現しました。

現在ではSEOのみならず、技術と知見を常に最先端へとアップデートしながら、デジタルマーケティング全般へと事業を拡大。マーケティングはいわば「物やサービスを売る仕組みづくり」です。この仕組みを「効率よく最適化することが、収益アップの最短ルート」であり、検索エンジンを最適化するSEOと本質は同じだと私たちは考えます。研究と実践で培った技術を出し惜しみせず、お客様のために「今できる最高で全力のパフォーマンス」を心掛けることで、2024年現在は国内外あわせて2000社以上の支援を実現しました。