

1章8項 商材選定の方法

1. 今回の話題

1.1. Webライティングで書く記事の一つに

1.1.1. 「おすすめ記事」というものがあります

1.1.1.1. これは

1.1.1.1.1. 読んで字のごとく

1.1.1.1.2. 何かの商品やサービスをおすすめ（紹介）する記事のことです

1.1.1.1.3. イメージはこんな感じです

1.1.2. 皆さんも

1.1.2.1. 何かを購入する時

1.1.2.2. 友人の口コミやネットの情報を集めて

1.1.2.3. 「本当に良いモノ」を頑張って見つけようとするし

1.1.2.4. たくさんある選択肢の中で比較・検討しますよね

1.1.2.4.1. そういう時に「〇〇 おすすめ」と検索したことがあるという方も

1.1.2.4.2. たくさんいると思います

1.1.2.4.3. 例えば

1.1.2.4.3.1. ・美容エステ おすすめ

1.1.2.4.3.2. ・コーヒーメーカー おすすめ

1.1.2.4.3.3. ・副業 おすすめ

1.1.2.4.3.3.1. など

1.1.2.4.3.3.1.1. 様々な分野の「おすすめ記事」があります

1.1.3. そこで

1.1.3.1. 今回の動画では

1.1.3.2. おすすめ記事の中で

1.1.3.3. 胸を張っておすすめできるような

1.1.3.4. 本当に良い商材を選ぶ方法について

1.1.3.5. お伝えしていきます

1.2. この動画をみれば

1.2.1. 効率的に良い商材を選ぶ方法

1.2.2. 商材の品質をチェックする方法

1.2.3. 商材選定で競合との差別化をする方法

1.2.4. が分かります

1.3. 目次はこの通りです

1.3.1. 競合サイトの商材をチェック

1.3.2. 商材の詳細をチェック

1.3.3. 詳しい人へのヒアリング

1.3.4. (プラスα) クラウドソーシングでアンケートを実施

1.3.5. この4本立てでお伝えします

1.4. それでは、説明していきます

1.4.1. 「ちゃんと良いモノを厳選して、ユーザーの為になる価値のある記事を書きたい！」

1.4.2. 「なるべく効率的に商材を選びたい！」

1.4.3. という方は、ぜひ参考にしてみてくださいね

2. おすすめ記事を書く理由

2.1. そもそもなぜ

2.1.1. このおすすめ記事を書くのかというと

2.1.1.1. ユーザーが「最適な選択」をできるようにお手伝いをするためです

2.1.2. というのも

2.1.2.1. 皆さんが何かを購入しようとしている時

2.1.2.2. 例えばこんな思想が浮かんでくる事はありませんか？

2.1.2.2.1. 商品の種類がありすぎて、結局どれが1番良いのか分からない...！

2.1.2.2.2. 高いのが大体「良いモノ」なのは分かってるけど、ちょっと安いのがダメなのかな？何が違うの？

2.1.2.2.3. 口コミはチェックするけど、サクラとか紛れてないのかな？信じて大丈夫かな？

2.1.2.2.4. これらは

2.1.2.2.4.1. せっかく買っても、値段に見合ったモノじゃない...損した！

2.1.2.2.4.2. というような状態=失敗 を避けたい気持ちから生じる不安です

2.2. おすすめ記事では

2.2.1. 商品購入前の疑問や不安を解決するために

2.2.1.1. ユーザーの状況にとって

2.2.1.2. 最適な商品だけを

2.2.1.3. ピックアップして紹介します

2.2.2. イメージとしては

2.2.2.1. たっくさん溢れかえっている商品の中から

2.2.2.2. 質の高い選択肢だけに

2.2.2.3. ギュッと絞り込む感じです

2.2.2.3.1. 感覚的にはこんな感じです

2.2.2.3.1.1. どんな魚がいるのかも分かっていないような

2.2.2.3.1.1.1. だだっぴろい海のと真ん中で

2.2.2.3.1.2. 適当に当たりをつけて

2.2.2.3.1.2.1. 超高級魚を狙うのは

2.2.2.3.1.2.1.1. 言ってしまえば無謀です

2.2.2.3.1.3. 超高級魚に出会える可能性が低いし

2.2.2.3.1.3.1. 良い感じの魚が釣れたからと言って

2.2.2.3.1.3.2. 本当は底の方にもっと超絶高級魚が泳いでいるかもしれません

2.2.2.3.2. でも

2.2.2.3.2.1. 超高級魚のオールスターだけが集められた水族館の水槽で

2.2.2.3.2.1.1. 釣りをしたらどうでしょうか？

2.2.2.3.2.2. どの魚が釣れても

2.2.2.3.2.2.1. 超高級魚だし

2.2.2.3.2.3. どの魚を狙うかを決めるのも

2.2.2.3.2.3.1. 厳選された中から選ぶから

2.2.2.3.2.3.2. めちゃめちゃ楽ですよ

2.3. でも、こんな風に

2.3.1. 効率的に最高の商品に出会ってもらえるようにするには

2.3.1.1. 私たちライターがしっかりと「良い商品」を見極めなければいけません

2.3.2. とはいえ

2.3.2.1. 担当のKWによっては

2.3.2.1.1. 全く知らない商材のことももちろんあります

2.3.2.2. 「全く知らない商品やサービスをおすすめするなんて無理に決まってるじゃん！」

2.3.2.3. 「でもどうやって良い商品かを見極める方法も分からないし...どうすればいいの????」

2.3.2.4. 思った方も多はず

2.3.2.4.1. でも大丈夫！！

2.3.2.5. 基本的にはライター皆そうだから！

2.3.2.5.1. 私自身も、元々そこまで知識が無かった

2.3.2.5.1.1. 健康アプリのおすすめの記事なんかを書いて

2.3.2.5.1.2. 検索結果1位を出したこともあります

2.3.2.5.2. なぜそんな風に結果が出せたかという

2.3.2.5.2.1. 適当に書いてるわけじゃないからです！

2.3.2.5.2.2. しっかりとしたリサーチと根拠に基づいて

2.3.2.5.2.2.1. 商材を厳選してるからこそ

2.3.2.5.2.3. 「超高級魚のオールスターが集う水槽」のような記事が作れるのです

3. 1. 競合サイトの商材をチェック

3.1. 実は

3.1.1. 良い商材を最短で見つける裏技は

3.1.1.1. 競合サイトの商材をチェックする事なのです！

3.1.2. 競合サイト（特に検索結果上位のサイト）は

3.1.2.1. 基本的には質の高いちゃんとしたコンテンツです

3.1.2.2. だから

3.1.2.2.1. ほとんどの場合はしっかりとしたリサーチに基づいて選ばれています

3.1.2.3. その為

3.1.2.3.1. 上位サイトで紹介されている商材は

3.1.2.3.1.1. もうすでに

3.1.2.3.1.2. 「ちょっとイイ魚+超高級魚の水槽」のイメージ

3.1.3. いくつかの上位サイトを参考にすれば

3.1.3.1. 大体の良い商材が

3.1.3.2. 手っ取り早く揃うというわけです

3.1.4. ただ

3.1.4.1. もちろん真似をするだけでは

3.1.4.2. 「本当に」良い商品かの確信が持てないし

3.1.4.3. ただの真似した記事になってしまってなんの意味も無くなってしまいます

3.1.4.4. その為

3.1.4.4.1. 本当に良い商材なのかを確かめる方法

3.1.4.4.2. 商材選定で競合と差別化する方法

3.1.4.4.3. については後ほどお伝えしますね

3.2. では

3.2.1. 具体的にはどうやって

3.2.1.1. 競合サイトの商材を参考にすれば良いのか？という事ですが

3.2.1.2. ここでとっても便利なツールをご紹介します！

3.2.1.2.1. その名も、商材頻出率チェッカーというものです

3.2.1.2.2. イメージはこんな感じ

3.2.1.2.3. ちなみに

3.2.1.2.3.1. この商材頻出率チェッカーのシートは

3.2.1.2.3.2. ダウンロードURLを添付してありますので

3.2.1.2.3.2.1. ご自由にお使いくださいね

3.2.2. 商材頻出率チェッカーでは

3.2.2.1. それぞれの上位サイトで紹介された商材を

3.2.2.2. 分かりやすく可視化できるので

3.2.2.3. 効率的にピックアップできる、というわけです！

4. 2. 商材の詳細をチェック

4.1. 競合サイトの商材をリストアップしたところで

4.1.1. それらが本当にユーザーにお勧めできる

4.1.2. 「良い」商材なのかを確かめます

4.1.3. 具体的には

4.1.3.1. 評判

4.1.3.2. メリット・デメリット

4.1.3.3. この2つについてリサーチしていきます

4.2. まずは評判

4.2.1. これは

4.2.1.1. ショッピングサイト（amazonや楽天など）のレビューや

4.2.1.2. 2チャンネルなどの掲示板

4.2.1.3. などを活用して調べます

4.2.2. ショッピングサイトのレビュー

4.2.2.1. ショッピングサイトのレビューを見る際に

4.2.2.1.1. 抑えておきたいポイントは

4.2.2.1.2. 3つあります

4.2.2.2. 結局売れているのが1番だという事

4.2.2.2.1. 口コミなどによって

4.2.2.2.1.1. ユーザー同士の情報共有が活発に行われている今

4.2.2.2.2. 「売れている商品」は基本的には

4.2.2.2.2.1. 「イイ」商品です

4.2.2.2.2.2. というのも

4.2.2.2.2.2.1. 劣悪・イマイチな商品は

4.2.2.2.2.2.2. 仮に多少バズったとしても

4.2.2.2.2.2.3. すぐに質が悪いのがバレて売れなくなるからです

4.2.2.2.2.2.4. そのため

4.2.2.2.2.2.4.1. 特に継続的に売れている商材に関しては

4.2.2.2.2.2.4.2. ユーザーが満足できるような

4.2.2.2.2.2.4.3. 良い商材、ということになります

4.2.2.3. 口コミには「サクラ」が紛れている場合もあるので注意

4.2.2.3.1. 実は

4.2.2.3.1.1. 口コミには「サクラ」がいる場合もあります

4.2.2.3.1.2. サクラというのはつまり

4.2.2.3.1.2.1. 商材を売りたい企業が用意したフェイクの口コミ

4.2.2.3.1.2.2. ということです

4.2.2.3.1.3. でも

4.2.2.3.1.3.1. サクラかどうかなんて、どうやって判断すれば良いんだ！

4.2.2.3.1.3.1.1. と思いますよね

4.2.2.3.1.3.2. 安心してください

4.2.2.3.2. そんな時に使えるツールが

4.2.2.3.2.1. 「さくらチェッカー」です

4.2.2.3.2.2. Amazonの場合は商品ページのURL

4.2.2.3.2.3. 楽天やYahooの場合は文言

4.2.2.3.2.4. をコピーして

4.2.2.3.2.5. 調べると

4.2.2.3.2.5.1. このように

4.2.2.3.2.5.2. サクラがいる可能性と

4.2.2.3.2.5.3. サクラを考慮した後の評価

4.2.2.3.2.5.4. が分かります

4.2.2.3.2.6. さくらチェッカーを使うことで

4.2.2.3.2.6.1. 「レビューでは高評価だったのに、届いたら劣悪な商品だった／すぐ壊れた...」

4.2.2.3.2.6.2. というユーザーにとって一番最悪な状況を

4.2.2.3.2.6.2.1. 未然に防ぐ事ができる、というわけです

4.2.2.4. ★1+コメントは要注意

4.2.2.4.1. ショッピングサイトのレビューでよくある

4.2.2.4.1.1. 5つ星評価ですが

4.2.2.4.1.2. 1つ星で評価されている（最低評価）レビューがあったら

4.2.2.4.1.3. コメントも併せてチェックするようにしましょう

4.2.2.4.2. 例えば

4.2.2.4.2.1. これは青汁のレビューですが

4.2.2.4.2.2. 1つ星で評価している人のコメントを見ると

4.2.2.4.2.2.1. その商品のリアルな悪評価が見れます

4.2.2.4.2.3. あまりにも

4.2.2.4.2.3.1. 悪評価が多かったり、内容が酷かったりする場合は

4.2.2.4.2.3.2. お勧めするのはやめましょう！

4.2.3. 2チャンネルなどの掲示板

4.2.3.1. ここでも

4.2.3.2. 商材を検索して

4.2.3.3. レビューを見るのですが

4.2.3.3.1. ショッピングサイトより

4.2.3.3.2. さらにリアルなユーザーの評価を調べるために

4.2.3.3.3. プラスαで使いこなすイメージです

4.3. 次にメリット・デメリット

4.3.1. Google検索

4.3.1.1. これは

4.3.1.1.1. ショッピングサイトや掲示板などで

4.3.1.1.1.1. 口コミをチェックして

4.3.1.1.1.2. ある程度商材が良さそうだと分かった上で

4.3.1.1.2. 各商材のメリット・デメリットを

4.3.1.1.2.1. さらに詳しく調べるイメージです

4.3.1.2. 全ての人にとって

4.3.1.2.1. 完璧な商材は滅多にありません

4.3.1.2.1.1. Aさんは、多少値段が高くてもとにかく品質の良いものが欲しいかもしれないし

4.3.1.2.1.2. Bさんは、予算内でなるべく品質の良いものを選びたいかもしれない

4.3.1.2.1.3. というように

4.3.1.2.1.4. ユーザーの置かれている状況によって

4.3.1.2.1.4.1. 最適な商材が変わってくるからです

4.3.1.3. そこで

4.3.1.3.1. 商材の良い点・悪い点の両方を

4.3.1.3.1.1. しっかりと把握しておく事で

4.3.1.3.2. 「こんなデメリットがあるけど、こんなメリットがある」

4.3.1.3.3. だから

4.3.1.3.3.1. 「〇〇な人にはお勧めできるけど、××な人にはお勧めできません」

4.3.1.3.3.2. というように

4.3.1.3.3.2.1. よりの確に・ピンポイントでお勧めする事ができる、という訳です

5. 3.詳しい人へのヒアリング

5.1. ここまで

5.1.1. 競合サイトで紹介されている商材をベースに

5.1.1.1. 商材の品質を見極めていく

5.1.2. という方法をご紹介しますが

5.1.3. これでは

5.1.3.1. 競合サイトと大して変わらない記事になってしまいます

5.1.4. せっかく頑張って書いても

5.1.4.1. 既に存在するような記事を書いても仕方ありません...

5.2. ではどうすれば良いのか？というところ

5.2.1. 競合サイトと差別化しなければなりません

5.2.2. そのために有効なリサーチ方法が

5.2.2.1. 人へのヒアリング（インタビュー）です

5.2.3. その分野に詳しい人に聞くと

5.2.3.1. ネット上のランキングには上がってきていないけど

5.2.3.2. 本当に「イイ」商材を聞き出せる事があります

5.2.3.3. さらに

5.2.3.3.1. こちらは実際に私たちが使っているライターの裏技ですが

5.2.3.3.2. 可能であれば

5.2.3.3.2.1. ヒアリングした人のプロフィールや情報も併せて紹介できれば

5.2.3.3.3. 「この分野に詳しい人がおすすめしている商材なんだ！」

5.2.3.3.4. と記事の信頼性を高めることもできます

5.3. 例えば

5.3.1. エンタメ系なんかは特にヒアリングが生きてきます

5.3.2. 「おすすめの漫画」や「おすすめの映画」は

5.3.2.1. そもそも優劣がつけにくいいため

5.3.2.2. ニッチだけど一部の人にはバシッとハマる！

5.3.2.3. という事も多々あります

5.3.3. そこで

5.3.3.1. その道に詳しいマニアに聞くと

5.3.3.1.1. 最新の商材や掘り出し物の商材を知れるため

5.3.3.1.2. 競合サイトとはまた違った商材を組み込む事ができるので

5.3.3.2. すると

5.3.3.2.1. 競合との差別化ができるので

5.3.3.2.2. また新たな、価値のあるコンテンツができるという訳です

6. (プラスα) クラウドソーシングでアンケートを実施

6.1. さらに、こちらはプラスαですが

6.1.1. ディレクターや、本質的に良いコンテンツ作成を極めたい人は

6.1.2. 商材について

6.1.2.1. クラウドソーシングサイトを使って

6.1.2.2. アンケートを実施するのがお勧めです

6.1.2.3. ちなみにこちらは

6.1.2.3.1. あくまで目安の値段感覚ですが

6.1.2.3.2. 5,000~30,000円程度でも100件程の回答が得られます

6.1.3. もちろん

6.1.3.1. 本当は全ての記事でアンケートを実際にできれば良いのですが

6.1.3.2. なかなか毎記事1ライターが行うのも大変なので

6.1.3.3. 一応今回はプラスαという扱いにしています

6.2. 例えば

6.2.1. 複数の商材を列挙して、順位付けしてもらっても良いし

6.2.2. ある特定の商材に関するアンケートでも良いのですが

6.2.3. とにかく

6.2.3.1. 数字やデータなどを根拠に

6.2.3.1.1. 商材選定ができると

6.2.3.2. より説得力の高い記事になり

6.2.3.2.1. 競合と差がつく、1ステップ上のコンテンツにできるのです

7. まとめ

7.1. 今回の動画では

7.1.1. 効率的に良い商材を選ぶ方法

7.1.2. 商材の品質をチェックする方法

7.1.3. 商材選定で競合との差別化をする方法

7.1.4. をお伝えしてきました

7.2. 大まかな流れをおさらいすると

7.2.1. まずは

7.2.1.1. 上位の競合サイトで紹介されている商材を参考に

7.2.1.2. 本当に「良い」商材かを見極めて

7.2.2. 次に

7.2.2.1. できればヒアリングでユニークな商材を紹介する

7.2.3. という流れでした

7.3. 商材選定は

7.3.1. リサーチの量も多く

7.3.2. 慣れるまではかなり時間がかかってしまう部分ではありますが

7.3.3. しっかりと信頼性の高い記事コンテンツを書いていくには

7.3.4. 非常に重要です

7.3.4.1. しっかりとしたリサーチを基に

7.3.4.1.1. ユーザーにぴったりの商材を選んで

7.3.4.2. 最高の未来を提供していきましょう！