

# Amazon チートシート

～15のランキングファクター～

船田です

このレポートでは無料仕入れを行なっていく上でAmazonSEOに関する非常に重要な概念をお話します。

ここを押さえて取引していけば0円仕入れを行うのは非常に簡単になりますのでしっかりと押さえておいてください。

Amazonで無料商品を集めるには下記4つの方法があります。

- 1、購入のみ**
- 2、商品に対してのQA**
- 3、商品の販売店に対するフィードバック**
- 4、購入商品のレビュー**

商品のジャンルによって販売店から何を指示をされるかは異なりますがこれらを最大限に活用すると商品を無料で仕入れることは非常に簡単になります。

Amazonには

- **ディスカバラビリティ (発見されやすさ)**
- **ランキングファクター (ランクづけ要素)**

という2つの概念があります。

販売店の商品のディスカバラビリティ (発見されやすさ)が上がっていくと下記の媒体で販売店の商品が文字通り発見されやすくなります。

- **Amazon からの検索エンジン**
- **Google からの検索エンジン**
- **関連商品やおすすめ商品**

そしてディスカバラビリティ (発見されやすさ)をあげる要素として

- **ランキングファクター (ランクづけ要素)**

があります。

このランキングファクター(ランクづけ要素)は15の要素で構成されており、この15の要素を知ることでAmazonでなぜ無料で商品を手に入れられるのかが明らかになります。

その15の要素と対策を記したチートシートを作りました。

下記のチェック項目を全てクリアすればあなたは自然と商品を無料で手に入れることができます。

## 1. 商品のレビュー

商品購入者が行う商品に対する評価

- ・ レビューははじめに星の数で評価される(1~5)
- ・ 星の数が多くもらえる商品を製作する
- ・ レビューはタイトルと説明文で構成され、説明文は50文字以上必要
- ・ 商品が購入される際、ページ閲覧者による**カスタマーレビューの滞在時間は比較的長い**ため、商品のレビューは重要な要素とAmazonと企業は認識している

## 2. 販売店へのフィードバック

商品に対してではなく商品を扱う販売店に対しての評価

- ・ フィードバックは星の数で評価される(1~5)
- ・ 星の数が多くもらえる販売店を作る

## 3. 販売数

実際に購入された商品の数

- ・ 額面に関係なく取引がいくつあったかでカウントされる
- ・ ユニーク数でカウントするため、同じアカウントからの購入数は影響しない

## 4. 商品タイトルのキーワード

商品を紹介するためにはじめに表示される文言

- ・ Amazon 検索結果の最初の55 あるいは60文字だけが見られる。そのため、商品の主要なキーワード句、「call to action（行動喚起）」、または興味深いポイントを備えたタイトルであるかを確認する。
- ・ 検索エンジンから引っ張ってきたいキーワードを一番最初に入れる。Amazon やグーグルの検索で引っかかる上で一番大事な箇所はタイトルの最初の10 文字である。
- ・ 可能な限りのキーワードを使用する。なぜなら、ディスカバビリティを増やすにはタイトルに可能な限りたくさんのキーワードを使用することが望ましいとAmazon自身が言っているためである。
- ・ タイトル内でキーワードを繰り返さない。異なるキーワードを使うことが望ましい。
- ・ 発見される機会を最大限にするため、タイトルに入力可能な文字数全てを使う。
- ・ 関連のないキーワードを使用して「スパム」にしない。ただし、可能な限りあなたに関連する多くのキーワードを使用することをためらわないこと。有意義なタイトルをつけて、閲覧者にアクションを取らせ商品を見てもらうこと。

## 5. 説明文のキーワード

商品を紹介するためのタイトル以外の文言全般

- ・ Amazon によれば...「解説に多くの記載があればあるほど、検索者から発見されるチャンスが増加する」
- ・ それはすなわち、出来るだけ企業の商品に関連のあるキーワードを挿入した長い説明文を書くべきであるということを意味している。
- ・ 可能ならば10000 文字全てを使用する

- ・必要でなければ何度も主要キーワードを繰り返さない。それはランキングの助けにはならず、Amazon からスパムと警戒を受ける可能性につながる。

## 6. タグのキーワード

類似商品の関連商品欄に表示させるための項目、基本的にページ閲覧者には表示されないため、企業側のリサーチが必要

- ・タグに付けられる関連キーワードを出来るだけ多く使用する  
地域飲食店等の複合キーワードも積極的に狙っていく

## 7. 被リンク

他のサイト全般に商品ページや販売者ページを表示されることにより、Google側から良質なサイトと認識されるようになり、検索ランクが上昇する

- ・確実に、被リンクはある特定のキーワード句でのランクを確かめるための最も強力な方法である。
- ・記事やブログ投稿、コメントのフォーラム等、伝統的な被リンクの組み合わせを使用する。加えてソーシャルメディアの被リンクを上手く使う。

## 8. ページ滞在時間

ページを開かれてから閉じられるまでの時間

- ・閲覧者を引き込む質の高い商品ページを作成する。
- ・企業の商品の中で、閲覧者が平均して見るのをやめるポイントの直前にそれを追加する。

## 9. 評価全般

Amazonの商品購入者より高評価または低評価をされることで検索ランクが変動する

- ・ 「高評価」を求めるメールを送信する。
- ・ 「高評価」をしてくれるように購入者に依頼する。
- ・ 解説にて購入者に「高評価」コメントを求める。

## 10. 埋め込み全般

7.被リンクと概要は同じ

- ・ ブログにリンク付きの商品画像を埋め込む
- ・ 記事にリンク付きの商品画像を埋め込む
- ・ プレスリリースにリンク付きの商品画像を埋め込む

## 11. シェア全般

SNSや独自サイトでシェアされることにより検索ランクが上がる

- ・ 閲覧者に商品のシェアを依頼する。
- ・ 閲覧者にシェアを求めるリンクを設置する。

## 12. 欲しいもののリストへの追加

“欲しいもののリストに追加する”に追加された商品は検索ランクが上昇する

- ・ 欲しいもののリストを作成する。



- ・ 閲覧者に購入予定商品をお気に入りリストに入れてもらうことを依頼する

### 13. フラグ

不適切な商品及び販売者はペナルティを課せられることがある

- ・ 閲覧者からフラグが立てられないようガイドラインに沿った商品ページを作成する

### 14. カテゴリ選択

商品の適切なジャンルを選択

- ・ 企業の商品に当てはまるカテゴリを選択する。ただし、より競争が少ないものを選ぶこと。そうすることで、カテゴリで「注目の商品」になる機会をより得ることができる。

### 15. 販売全般

- ・ 各々の販売でトータルの検索数を増加するため、上記のものを全て実行する。

以上がAmazonでビジネスを行う際に重要となる15のランキングファクターです。

アカウントを守る際の羅針盤としてご活用ください。

こういった話に加え、あなたの利益を爆発的に加速させる内容を盛り込んだオンライン勉強会をAmazonクエストコミュニティでは毎月開催しております。



あなたの参加を心よりお待ちしております。

船田正史