

ブログのノウハウ (簡易バージョン)

No	分類	内容
1	記事	謎ネタとは、検索エンジンにもユーザにも、「これは何の記事なのか、何を伝えたい記事なのか」と 思われてしまう理解不能な記事の事 原則1記事1テーマ いろいろ詰め込むと、検索エンジンも順位付けが難しくなる。
2	記事	記事の主役はテキスト以外 。読ませない記事、見せる記事が心がける。 図表、動画メインのブログは少ない 。JavaScriptなどの動的コンテンツも導入できたら、シェアされやすくなる。文章をほとんど読まず、スラスラ頭に入ると良い。そのためには画像などをうまく活用していくこと。
3	記事	記事冒頭で、 どんな情報を発信する記事なのか説明 。記事末尾 持ち帰りポイントをまとめる。
4	記事	つまらないこと、記事に関係ないこと、 当たり前のことは、「情報」ではない 。「情報」は、役に立つ1次情報、他人と違う視点の考察、学びポイント
5	記事	記事のタイトル決めは、SEO対策にもなり、読者に「読まれる」か「読まれない」の重要な第一の関門。まずは何の記事なのか、制限数でわかりやすく。
6	記事	AI(GPT)で作成した文章で、少しでもおかしいと思えば自分の言葉で直す。 自分から見ておかしいと思うなら、読者が見ても違和感がある から必ず直す。
7	記事	記事の中の メインコンテンツを強調 ：例えばノウハウ系記事なら、概要など簡単にまとめメインを充実させる。メインの出来次第でシェアされたり。
8	記事	読み飛ばした読者のために、「あれ」「それ」などは使わないようにする。 文章を読むときに立ち止まってしまう 。
9	記事	記事のわかりやすさは大事だが、 ある程度の水準をクリアしたらOK 。馬鹿丁寧に書く必要はない。(程度の問題)
10	記事	記事が書き終わったら、 検索意図に対して悩みが解決しているのか必ずチェック 。
11	記事	記事の中に、「 おおっ 」と思える箇所がいくつあるのか。またどれだけインパクトが強いのか。
12	記事	文末(さいご)は重要。いかがでしたか?の感想を問うようなのは避ける。読者が次に読みそうな記事をチョイスする。 離脱防止にもなる 。関連記事をまとめた図解など配置。
13	記事	文章の最初は空1文字のインデントが見やすい 。「だが」「しかし」などは、新規ブロックに、もしくは改行2行位入れる。新しい文章が始まるので見やすい。
14	記事	1つの文章が長すぎると、伝わりにくくなるので注意 。複数セクションに分ける、改行を設けるなど。1ブロック追加するなどし、間延びして書く。ブログの面積は無限なので。実店舗と違い、スペースは限られていない。
15	記事	根拠のないことは書かない 。情報ソースは、どこなのか、自分情報なら実証できるように1次情報をしっかり載せる。 例えば、 ダイソーで〇〇買いました！ おすすめです! (今も売ってるかわからない)。数年前の記事だとあやふやになる。本当に売ってる?となる。
16	記事	見出しだけでも内容の概要がわかること 。また見出しが繋がっているイメージ。どこから読めばよいか読者がわかる。見出しにはキーワードを詰めていく (SEO的にも効果)
17	記事	他のブログに無い 裏情報を扱うことで差別化 。裏話的なこと、深堀した情報は独自性を高める。
18	記事	1次情報を強化。感想ではなく実際に体験したことを明確に記す。 記事から役に立たない個人の感想部分を取り除くと、普通の記事になってしまう記事 は駄目。
19	記事	ネガティブな情報をいかに、+にもっていく 。「ダイソーでは物を買わない方がいい」→「100円商品だけ良い商品を発掘できた」
20	記事	共感や感嘆を得るには、時には 飯うま失敗エピソード も入れていく。ネットの読み物なので多少大げさにしても良いかも。その方が集客にも繋がるかも。
21	記事	2×2の表を、記事内で使った方がわかりやすいなら使う 。例:「ダイエットに興味ある・ない」×「サプリに興味ある・ない」の表を基にダイエットサプリに関する記事を書いたり。
22	記事	言い回しも工夫が必要 。何気ない記事だが、この言い回しは参考になったという場合もある。言い回し文言用のネタ帳も作ればなお良い。 例えば、「車間距離は、無料で入れる車の保険みたいなもの。」「なるほど」と思える一言。
23	記事	実際に過去の〇〇な経験があって、〇〇な結果になれたというストーリー性が必要。⇒これをこうやったら結果がでるという実証が欲しい。 読者は真似したい 。
24	記事	モバイルから見て、 1文章(1ブロック)は、3行程度が良い 。PCから2行でも、モバイルで6行なんてある。
25	記事	「なるほど・そうだね」と記事を読み進めながら、 共感するポイントがあると、読み進めやすい 。読者が、今の状況は自分に当てはまっている!と思えると、次が読みたくなる。
26	記事	記事の結論は先に書く、もしくはタイトルに 。読者に結果を先に通達してから読んでもらうことで、読みやすくなる。
27	記事	1セクションに複数の情報をまとめすぎない 。ここで気になる項目がありますが、次項でみていきましょうと、流れるように読んでもらう。次に〇〇についてですが、という流れに。
28	記事	記事間の内部リンクをしっかりと貼る。自動出力された「関連記事」ではなく、もっともマッチする記事をセットする。 ”有効な内部リンク”とは、より関連性の強い記事同士を結びつけること 。
29	記事	関連記事:記事間がアンマッチだと導線確保失敗。 ブログ内の回遊失敗:①関連記事へのリンク不良②タイトルがつまらなそう ①②失敗で、回遊率低下に。
31	記事	図や表と同じようにリストにも、このリストは、「 何のリスト 」なのか説明の一言を添える。
32	記事	文章で書くと長文になってしまい、それでも伝わるか微妙なものは、図解など使う。 書きながら、この文章で伝わりやすいかな?と考えながら書く 。この思考で文章かければ、ライティングも上達
33	記事	他のブログの記事と”丸かぶりしている部分”を削って、残った部分がオリジナル。この部分がどれだけあるか。 削った部分が、どれくらい多いのか(コピーコンテンツ)。 被らない内容を書くのもスキル 。
34	記事	1セクション1スクロール分までがいい(2画面分) 1セクション300~500字くらい 図をいれればもっと少なく。
35	記事	上から順番に読んで行って、頭に入ってくる文章が良い 。途中「ん?」と考えるような難しい文章だと止まってしまう。シンプルな文章で進める。 記事の途中に広告を入れてしまうと、ふと切れてしまうことがある。できればコンテンツ途中には入れないほうが良い。
36	戦略	記事の抜粋は必ず記載する 。自動出力はダメ。これを手を抜くのとしっかり書くのではクリック率が違う。
37	戦略	どう深堀するのかわからなければ SNS、知恵袋で聞く/アンケートサイトで質問する(有料)/直接取材など
39	戦略	やはりトレンドは強い。特定ワードの需要が一時的に急騰する。 関連記事を書いたらハッシュタグなど付与し、Xで積極的にポストしていく

40	戦略	AIに聞いても解決しないことを書く。 最近はAIに聞けば検索せずほぼほぼ解決する。
41	戦略	現状アクセスが伸びないなど、 自分で対策案が出ない時、誰でもいい、第三者の素人でもいい、ダメ出しもらって、 それを少しずつ取り入れる。
42	戦略	注目度インパクト：(例)当時ウルトラマンは、視聴率30%超の人気に?過去にない斬新な特撮と 宇宙人ヒーローというワクワク感がたまらない。当時にとってはすごい。 現在の飽和した時代で斬新なアイデアを考える。
43	戦略	被リンクをいかに自然に獲得するか。 掲載希望する相手のブログへ営業メール、SNSでコンタクト取ったりする。得策なのは営業無しに自然にもらうリンクが良い。
44	戦略	ブログ・記事の企画段階で、 この内容を載せたら読み応えあるのか?などしっかり考える。 他のブログがやっていないようなことを考える。
45	戦略	他のブログにまだ載っていないようなネタ、 載っていても解決に至っていないネタ などを取り上げる。
46	戦略	ブログの企画段階で、 自分のブログのコンセプトやゴールなどを明確に決定する。 そしてぶれないように気を付ける。
47	戦略	報酬をアップさせれば、単価を高めに設定し、 お金持ちを対象にする。 数百円の商品の5~6%の利率の商品売より、5000円以上の単価を狙いたい。
48	戦略	広告単価が10000円のあるとして少ないPVで1件でも制約すれば10000円。500円と比べてどうだろうか。 売上をあげたいなら、高単価広告を選ぶ。 100円の広告が5件発生=500円 月間目標10000円は厳しい。低単価は使わないほうが良い。
49	戦略	プロフィールは、読み手の事も考えしっかり書く。 共感してくれる人はリピータになってくれることもある。
50	戦略	他のブログではやらないような企画を ：例えば便利なプラグイン作りました、無料で配布します!ノウハウまとめました、PDFで無料DLできます!など。
51	戦略	信憑性の無い記事から、広告クリックは期待できない。 事実を証明するところからスタート。事実を証明する写真やデータは、ブログで必須。
52	戦略	検索意図を理解してテーマと記事構成を決める。 特定ワードの+アルファを考える doクエリ(したい) Knowクエリ(知りたい) goクエリ(行きたい) buyクエリ(買いたい) buyクエリになってくると成約されやすいが、競合も。
53	戦略	buyクエリを考えると、冷蔵庫+買いたい となると、検索ワード+buyクエリも含め、競合が多いので検索流入は見込めない。 少しマニアックなワードの方が+クエリを攻めやすい。 ビッグ狙うなら、集客記事とは別に、成約記事として考える。
54	戦略	集客記事はKnowクエリ記事、収益記事はbuyクエリ記事として考える。 Knowクエリでは成約が難しい。
55	戦略	ブログだけではなく、SNS流入を目的とした SNS運用までも企画していく必要がある。
57	戦略	SNS:XやTikTokで使われているマニアックなワードも含めてみる「副業界限」「東証カジノ」など。SEO的に有利とは言えないが、検索にひっかかる場合があり、よりマニアックな層に読んでもらえる機会が増える。 ニッチワードの使用は、他ブログとの差別化。
58	戦略	大手や企業などが使えないネガティブワード記事を使うとライバルが少ないことも。 「デブ」「ハゲ」など。自分がかけて大手企業(強敵ライバル)に書けない記事は、チャンスが多い。(例)「両親ハゲ、遺伝する?」
59	戦略	SNSなどから特化ブログに来たが、読みたい記事が見当たらず何も読まず離脱する方も意外と多い。特化ブログでも 雑よりの記事を少し作るのも戦略の1つ。
61	戦略	薄い内容の”まとめ記事”はほぼ失敗する。 例えば〇〇市の観光スポット(ただのスポットリスト)。こんなのは大手がやっている。個人ブログなら、1つの店舗に絞り、実際にお店に訪れ細かくレポート。店主に簡単な取材ができればなお良い。
62	戦略	ネガティブワードで、なぜ検索されたのか意図を考える。 問題点を徹底分析し、読者に解決策を。(例)月曜の朝は憂鬱⇒なぜ?と考え、理由・対策をまとめる。他の例:仕事する自信が無い⇒マッチしていないだけ 老後が心配するぎる⇒貯蓄していく
63	戦略	簡単に真似される記事は、書くだけ無駄になる。 個人の強み(情報)を生かして記事を作成する。 ドメバが強いサイトに、類似記事を書かれたらまず勝てない。
64	戦略	ブログのコンセプトは意外と重要。 当ブログのコンセプトは”徹底的にわかりやすい説明をします”など。 コンセプト例:必ず返信する、面白いこと企画やる、記事は5分以内で読める 読者から頂いたネタを面白く書く 記事に独自のイラストを取り入れる
65	戦略	ブログの記事を読み、記事に書かれている情報を読者が読み、 プライベートで自慢話できるようなネタを織り込む。
66	戦略	ゲーム攻略サイトのようなデータベースを持つとか、取説レベルの記事がある。 このあたりの品質になると、自然にリンクを貰えるようになる。
68	戦略	1記事から内部記事へ3~5件のリンクを貼る (できればnoindexではない記事)。ブログカードではなくテキストリンクを。
70	戦略	スマホで、いかに読みやすい文字サイズ・行間、セクション区切りを採用する。 またできるだけ短い文章でわかりやすく。
71	戦略	興味のない広告(TikTokやゲームアプリに出てくる広告)などはクリックされない。 ブログでは広告をクリックしたくなるように誘導する必要あり。 広告クリックした先で悩みが解決できるのか?本当に困っている人は、薬をつかむ思いで広告をクリックする。
74	戦略	もうこれ以上品質を上げられないだろうという線を超える。普通の人ラインを超えるのが鍵。 稼いでいる人はまず手を抜かない。
75	戦略	寄せ集めの情報(2次情報)のみでは説得力がない。 説得力の無い記事は、ほぼ読まれることは無い。
76	戦略	記事をダラダラ書くと、何のテーマなのかわからず、検索エンジンに拾われにくく。 テーマに沿った内容をまとめる。
77	戦略	SNSにブログ記事を宣伝する時、単にURLを打ち込むだけではなく、 一言コメント添えて、リンクをはる ことで、CTRがアップ。
78	戦略	サーチコンソールでどのようなワードで検索してきているのか調査し、 検索ワードに関する情報をより強化して記事をリライトする。
79	戦略	離脱の多いページを徹底分析する。 記事の品質が悪いならリライト、次項への類似記事がなければ企画する、もしくは関連記事への導線確保
80	戦略	広告選びもスキルの1つ。 その広告をどうやって売りにいかか。
81	戦略	低単価→高単価広告にしたら逆に成約率がアップしたということも。 記事に関連性の強い広告を選ぶこと。
82	戦略	未分類・雑記カテゴリ:あえて面白いカテゴリ名にする。「くそ記事」「記事にするほどでも無いけど伝えたいこと」 インパクトのあるカテゴリに変身

83	戦略	平均掲載順位が低い記事：単純に面白みが無い、深掘している情報が少ない、問題解決できない、他の情報と差別化できないなど。リライトするならば、これらをクリアできるように、 リライト企画案を記事毎にまとめてから、リライトする。
85	戦略	検索意図に対し、わかりやすくしっかり答えられるようにする。さらに 深掘するために1記事にダラダラ書くのではなく関連記事を増設する。 別記事にすることで、この記事は〇〇の記事として検索エンジンにもわかりやすく提示できる。1記事を○選記事にすると逆にSEO不利。
86	戦略	広告：「広告」と「クリックしたくなる誘導文」は1セットである。 広告単体ではほぼクリックは期待できない。誘導文は試行錯誤して考える。
88	戦略	観光地レビュー記事：行ったことないから、気になるのは観光スポットより、駐車場や細かい混雑状況など。 他で扱っていないプチ情報は意外と読まれやすい。
89	戦略	SNS最大メリット：SNSは愚痴や自身の速報を告知する場所ではなく、有益な情報を発信していく場所 そうすることで、多くの人の目にとまる。ネットで稼ぐためのワードは、【注目】です。 ブログでは即効性が無くても、SNS力を強化し、多くの人の目にとまりブログへ誘う事も夢ではない。
90	戦略	次に読むべき記事の候補として誘導する。 CTA(call to action)を入れる 例「この話をもっと深く知りたいなら、〇〇の記事をチェック!」
91	戦略	広告：既に多くの人が購入・利用していると思われるサービスの既知な広告を貼るより、 新しい広告を宣伝するほうがトレンドに載って成約しやすい。
92	戦略	普通の記事は、検索から来て1記事読んで終わり。ちょっといい記事は、他のページも読んでもらえる。 もっといい記事は何回も来て何回も読んでもらえる。
94	戦略	心理を利用。怖いもの見たさ、びっくりする、 刺激を求める系の記事はシェアされやすい。 過去の凶悪事件ネタ、心霊スポットレビュー記事など。
96	戦略	こんな ありふれたネット時代に、新しいことができれば注目度もアップ する。
97	戦略	空いた時間などで、モバイル端末から過去に書いた記事を読み直す習慣を。 モバイルから見ると意外と読みにくいものが多く、要修正に気づく。読み直すと「ん？」と思うことが。少しでも問題あればどんどんリライトして潰していく。
98	戦略	図解とか表とか、 普通のプログラマーが面倒だと思ふことをやる。 ライバルを出し抜くチャンスである。 記事クオリティーが高ければ高いほどリピ率は高くなる。
100	戦略	回遊したくなるシリーズ。 職場の奮闘記みたいに長くなるなら1〜5話にしてみるとか。
102	戦略	考察：記事で1番の見どころ ○〇であると仮定し、試しに▲してみたら、結果■になった。なぜこうなったのか、考えていく
105	戦略	記事の企画→とにかくポスト→ダメなところ削る、良いところ伸ばすリライトを繰り返す。 まさのこの一連の作業に尽きる。ダメなのはリメイクするなり削除する。
106	方針	読者は、どのブログで検索しても解決しないので見に来る。どこのブログにでも書いてある情報は、既に解決済な情報。 ベタネタ は避ける。
107	方針	これから書こうとしている記事 既存のネットの記事で解決できるなら、書かずにそっと見守る 既存のは記事の質が悪くもっと良いのが書けそうで、シェアされたりするくらいの記事が書ければ書く。個人ブログが全く同じようなもの書くとか評価落とす。
108	方針	ログネタは避ける。 通称記録記事。今月いくら貯金した、いくらアクセスがあったの報告記事。考えや対策など書くのであれば、別途記事として企画する。普通に考えると、他人の家計簿・ゲームプレイ履歴など正直誰も読みません。ログネタ沢山書いて、サイトの専門性や評価が下がるなら1記事も書かないほうが良い。
109	方針	ログネタがあまりに多いと、グーグルから「このサイトはログネタを主に扱う特化ブログかな」と思われる。 毎月のブログの記録は貴重な経験で発信したいところだが、今までのブログの記録として1記事にまとめて済ませる。SEOで成功している人は、ログネタはSNSでの発信に留めている。
110	方針	例えば、英検〇級対策の記事を書くとして、英検とは？（英検の説明をダラダラ）これは無駄。記事のオリジナリティを下げるだけ。 誰でも書ける内容は省く。 読者は英検の対策が対策を知りたくて記事を読む、英検についてわからない人は読みに来ない。
111	方針	検索エンジンは賢くて、検索結果の順位はほぼ妥当である。 順位が低いのは、それ以上の記事が多く存在することを理解する。
112	方針	え？これ 個人で運営しているブログ？と思われる水準 に持っていくこと。情報量、情報の深さ
113	方針	記事を書くとき、記事のテーマに関する概要的なものは書かない（例：ブログとは）。検索する人は最低限の知識がある。概要的なことは大手のサイトに任せておけば良い。 誰もが知っていることを馬鹿丁寧にダラダラ書いても、他のプログラマーと差別化できない。
114	方針	ブログのテーマはある程度絞る（特化系に）。ブログが多くなるにつて、EATが評価されやすく。同じジャンルのブログに勝つには、 より深掘している情報をたくさん保有すること 、つまり専門性を高めることが重要。
116	方針	記事を書いたら、他人にチェックしてもらうか、 数日後に自分で読み直してみる。 時間を置くことで、読みやすさなどをチェックしやすい。
117	方針	他人と同じレベルでは稼げない。 当該テーマ記事において、誰にも負けない記事作りを目標に掲げる。 他人の人が体験できないこと（1次情報）など。
118	方針	1回読んで終わりではなく、 ブックマークして何度も読み返したいと思う記事作りを念頭に置く。 すべての記事が、読み返しするタイプではない。読み切り記事なら次の記事へ誘うことも必要。[読み返し/読み切り]
119	方針	記事の目的は、読者の悩みを解決すること。 解決できるような記事が書けないのであれば、せつかく見てもらっても2ページ目は読まれない。
120	方針	読者視点：「 自慢 」と「 愚痴 」は記事に書かない。これは読者が読みたくないと思う ランキング上位 。 個人的な日記情報は不要「例えば更新できてませんすみません」とブログトップに記載、これは不要中の不要
122	方針	ワクワクドキドキしながら書いた記事は、読み手もワクワクドキドキするもの。 匿名であれば、赤裸々に公開した方が楽しい。
125	方針	他のプログラマーといかに違うことができるか。 扱うネタ、視点の違い、ブログコンセプト・ジャンル。
126	方針	アイキャッチは、そこまで拘らなくても良いが、ブログのオリジナリティをアピールする大事なポイント。 時間かけずに簡単に作ったものは評価されにくい。 ユニークなデザインのアイキャッチで記事のイメージができればなお良い。
127	方針	記事下に表示している関連記事：本当に関連？ただ同じカテゴリやタグではないか？記事途中、記事末尾に、関連度が深い優良記事を手動で1記事ずつ丁寧に、配置する。この対応は 読者視点ではかなり嬉しい対応。
128	方針	目次で、記事の全体像をおおまかに予想できるか？ 市販の書籍も目次見ればどのような構成かわかる。ブログも同じでなければならぬ。
129	方針	クリックが期待できない広告は貼らない、 貼りすぎてサイトの読み込みスピードに影響（サイトパフォーマンス低下）。

130	方針	定期的にクローラーが巡回している記事は、かなり評価されている。平均掲載順位が低ければ優先してリライトしていく。逆に、クローラーが全く巡回してこないのは低評価。インデックスから外れることもあるので、優先順位は下げるもしくは削除に。
131	方針	牛井屋を個人経営するとして、松屋や吉野家の近くに店を構えて営業成り立たない。値段が高けりゃなおさら。 ブログも同じで、勝つために他との差別化を。
132	方針	404エラーは、ただNotFoundを返すのではなく一工夫も。 記事は見つかりませんが、こんなページを読んでみては？と人気記事を紹介する。
133	思考	コメント：動画もそうだが、 面白い投稿に、面白いコメントがあって「セットで面白い」 TikTokとかだと、動画より、コメントにいいねが多くついたり。
134	思考	本当に人気のあるサイト。閉鎖してから惜しまれる。 「○○のブログの▲▲の記事面白かった」「印象に残ってる」「勉強のためにブックマークして何度も読み直したよ」と。人気の無い儲かってないサイトは、空気のように消えていく。あーやっぱ閉鎖したかと。
135	思考	悩み系の解決の記事を書くとき 既存のネット情報で解決するか調査。 既存の記事解決できないなら新記事を書く 、既存ので解決できるなら新規に作らない。
136	思考	自分が執筆した記事で読者を射止めるくらいの気持ちで。 そのためには読者が何を求めるのか、予測予想し読者の身になって記事を書く。
137	思考	適当な記事を書き続けることで信用を失ってしまう。 実店舗でも同様で、個人店がつぶれる理由の1つが信用を失うこと。
138	思考	有益な記事をたくさん書いて資産化する。 深掘されていない浅い情報の記事では、資産にならない。
139	思考	読み手が、記事を読んでどうなるのかまでイメージする。この記事を読んだらどのような気持ちになるのか。 読者はどんな知識を持っていて、どんなことを知りたいのか予測する。これができていない記事は、読んで何も得られない。
140	思考	まずは実績(月間PV○○万、Xフォロワー○万人、記事件数1000件など)を作ると最高の名刺になる。 運営20年などは実績というか経歴なので弱い。
141	思考	良い記事というのは、 感情の変化(感激、感動)を与えられるような記事、感情を引き起こせるか。 読んだ人を幸せにすることができるのが良い記事。
142	思考	ブログのトリアージを定期的実施する。 リライトして助かるのか、どうやっても復活できそうにないのは、削除する。
143	思考	露出が多いほど相手を信用させられる。 顔、性別、経歴、年齢、本名など。
144	思考	ドキュメンタリー番組も同じで、 どこまでできるか。 突撃取材したり、細かい所まで工夫し飽きさせないコンテンツ作りが必要。ブログも動画も。
145	思考	ブログの「執筆者本人」と「記事」を合わせて、好きになってもらえるように。 書く人は好きだけ記事がつまらないとダメ。逆も。推しの人が面白いコンテンツを作っていれば、リピーターファン→中毒ファンに
146	思考	ブログを読者が読んだ結果、将来どのようにになれるのか？ そのままで想像できれば、解決のための記事が書きやすいかも。
147	思考	偏差値60のブログを目指す。 記事を仮完成で100点。他の皆が全員100点なら偏差50。偏差50：ただの食レポ 偏差60：店員に2〜3分のインタビュー取り入れる。
148	思考	1分で自分のブログを口頭で紹介できるように。 誰に何を伝えるブログなのか言語化できるようにする。
149	思考	普通の人が普通のアイデアと普通の努力で作ったものが成功するなら、誰でも成功する。まずは 人と同じレベルのことしなさい。
150	思考	モノづくり：自分が良いと思うものを作るより、 みんなが良いと思うものを作る。
151	思考	記事とは別に「 面白い回しネタ帳 」を作成しある程度溜まったら読み返し頭に入れたいところ。ネタ帳からチョイスして、完成した記事にネタを織り込ませて、面白さをアップさせる。誰もやらないことこそ差別化の道。記事を面白くするのは別作業で考えるのもよい。
152	思考	不完全なコンテンツを配信してはダメ。 信用無くす。稼ぐ人は、1記事のクオリティーが全く違う。100円ショップと高級ブランドの差みたい。初訪問者がたまたま見たのが駄目記事で、そのまま離脱も。お金を貰って納品しているくらいの意識を。たかがブログと思っている時点では、素人。
153	思考	ただ書いてるだけじゃ響かない。 相手にこうなってほしい、響いて欲しいという思いが、「文章」で伝わらないと意味がない。
154	思考	必ずしも時間かけるもの全てが良いと限らないが、 時間かけて作られていないのは評価されにくい。
156	思考	伸びてるブログは、常に記録を更新し続ける。
158	思考	漫才は見ていて面白い。 ブログの記事も、漫才の台本を作るように、所々「クスッと笑える」要素を織り込んでいくと見ていて飽きない。 文字だけではなく、面白いイラストを入れたり動画や、笑いネタなどを入れることで疲れず読める。
160	思考	読者は、調べる面倒だからうまくまとめる記事を読む 1つの記事に有益な情報をうまくまとめるお仕事がプロガー。
161	思考	大手のプロ集団でも苦戦しているSEO、LLMO。個人で手を抜いたら勝てる見込みは0に近い。
162	思考	予測できなくて発生した不意の失敗と、予測できており何も対策しないで発生した失敗は同じではない。 対策できることは全てやる。
163	思考	ブログの結果について ：打開しようと頑張ったが結果が出なかった人と、最初から何もせず結果が出なかった人は同じではない。
164	思考	収入0：毎月の収入を全て自己投資に回し、結果収支が+1000で考える。 毎月売上1万(空想)があり、それを自己投資に1万使っていると考える。
165	思考	知名度0よりは、ある程度知名度がついてくれば、応用が利く。 例えばちょっとした日記程度でもPV稼げる。知名度大事。
166	思考	ブログビジネスの最大のメリット：24時間営業 であることを再認識する。
167	思考	営業の基本 お客さん(サイト訪問者)との信頼関係を築くのが大事。 いかに信頼してもらえるブログ作り ができるかが重要。
169	思考	稼げない人、やり方ももちろんだが、圧倒的に作業量が少ない。 これくらいでいいかと思ううちは稼ぐのは難しい。人と同じことしているうちは、努力と呼ばない。抜きんでることをやって努力と言える。毎日4のことはする、7のことはする人に、毎日3の差をつけられている。
170	思考	自分：できる・知識あり 他人：できない・知識無い これが強み。 自分の敷地内で、有利にビジネスを進めていく。
171	思考	人が買いたい物を売れ、 人が読みたい物を書け 、人が使いたい物を作れ、人が聞きたい事を話せ、
172	思考	明日やることを今日やれ、三日かかることは一日でやれ。 作業スピードをあげるべし。
173	思考	なぜ失敗するのか、なぜ成功しないのか、 全く違う視点から失敗の要因を追求せよ

174	思考	新ブログを始めるか悩むとき：テトリスと同じで、上まで積んでグチャグチャ、立て直し時間かかる⇒リセットした方が早い。 2回目は実力もついているし点数0からでも追いつく。
175	思考	ブログの勉強は必要 ：歴史上の人物は覚えられないが、ドラクエのモンスター、ポケモン、アニメキャラ（セリフまで）など記憶にあり。覚えられるのは繰り返し何度も復習するから。興味ない名前→次の日に忘れる、完全に覚えてしまえば1年10年1生覚えている。
176	思考	稼いでいる人 やはり目付きがちがう、熱量情熱が違う。 人並み以上の努力を努力と思ってない、当たり前のことと。
177	思考	性能を売るのではなく物語をうる 説得させるのではなく納得させる 幸せになってもらう為に安い不良品ではなく高額でも良い商品を。
178	思考	物を売る記事ではなく、 どのような悩みがあって、このような経緯で商品買ったら、このような結果になり改善できた という話を提供する。
179	思考	読者は、10万以上ある中のブログで、忙しい中、検索エンジンから読みに来てくれた。 がっかりさせてはいけない。
180	思考	ブログは、面白くないバカリネタばかり。普通に考えたら、このレベルでお金もらえない。 むしろそれで稼げるとなぜ思ったのか。(素人の考え方)
181	思考	人気ある人は、 他人と違う”引き付けるもの”がある。 見ていて自信ある、華がある。
182	思考	これからは、ブログだけではなく、 ブログを書いている”人”も知名度をアップさせるとブログが伸びやすい。
183	思考	自分にとって貴重な体験談をブログのネタにしたいと思っても、普通の人には、既に体験していることはよくある。よくある体験記事：NISA口座を開設 ブログ始め方など。 ネットで体験談を売りにする場合、まだ情報がないものを選ぶ。
184	思考	高額商材は、結局誰かの真似ごとが多い。それが成果でるか別。 自分で新しい戦略を発見できるか分析判断できるかが、稼ぐには重要。 新しいことに挑戦するたびに商材に頼るのはコストがかかる。稼ぎ方の基本を勉強すれば、商材に頼らずに稼げる。
186	思考	それなりに稼ぐブログを作るには、それなりの苦勞が必要。 他の誰にも負けないことを身につけないと勝てない。
187	思考	ライバルを出し抜くブログを作るなら、「これだけは誰にも負けない」というものを作る。
188	思考	世の中どんな仕事でも人のためになっているからお金になる。コンビニのバイトも。 ブログで1円も稼げないのは、人のためになる形で発信されていない。
193	思考	とにかくブログ時間の捻出。 在宅できる主婦や無職の方は、利点をいかしてブログ作業に没頭すること。
198	理念	既存にとらわれず、誰も作ったことが無いものを作りあげる。

PDF: ブログのメモ 初心者向け簡易Ver 自分用にざっと書いたブログ入門のメモ書き *類似項目や稚文も混ざっています
著: 足利市の気儘なtomo

履歴 Ver1.0 簡単ですが仮の公開 2025.09.01
Ver1.1 少し追加 2025.09.15

両毛のビジネスノートURL
<https://ryoumou-trade.net/>