

まずはここからチェックしよう！

必ず売上が伸びる！7個のチェックリスト

「エビングハウスの忘却曲線」の通り、セミナーでお伝えした方法をお忘れだと思しますので、チェックリストをご準備いたしました。セミナー参加後実践された方は、アクセスも売上も伸ばされていますので、できる限り、すべての項目をチェックして、対策しましょう。

チェック項目	チェック☑	詳細
ショップ名の見直し		ショップ名は、検索対象になりますので、キーワードを含めることで、アクセス数を増やすことが可能です。人気ショップを参考に、ショップ名の変更を検討してみましょう。
ディレクトリIDの見直し		ディレクトリIDは、ランキングや検索順位に影響する重要な設定です。ランキング入賞や検索上位の商品ページを参考に、同じディレクトリIDを指定することが基本です。すべての商品ページのディレクトリIDを見直し、他のディレクトリでも販売が見込める場合は、ライバルショップを参考に、新たな商品ページを作成して設定しましょう。
タグIDの設定		タグIDは、検索結果からサイズやカラーなどの様々な条件で絞り込むための設定で、ギフトタグも含めて最大32個まで登録が可能です。ランキングにも紐づく重要な設定のため、会員専用Chrome拡張機能の「ディレクトリタグ」にて、ライバルショップのランキング掲載商品のタグIDをチェックし、有効なタグIDを設定しましょう。
カタログIDの設定		JANコードを設定することで、Googleショッピングに掲載され、アクセスを増やすことが可能です。カタログIDに入力するコードがない場合は、Googleショッピングに掲載されるよう代わりに「白背景画像」を登録しましょう。
サジェストワードの対策		お客様が楽天市場で検索したキーワードだけでなく、お客様がGoogleで情報を検索し、楽天サーチに遷移したキーワードもサジェストワードに表示されます。日々変化するサジェストワードを参考に、商品名・商品説明文に記載しましょう。
異なるディレクトリの対策		ランキングを横断検索して、実際に商品が売れているディレクトリが複数存在する場合は、商品ページではなく、商品を販売するページを用意する必要があります。売り場を増やすことで、アクセスも増え、売上増につながりますので、コピーページにならない商品画像や商品名など情報が異なるページを作成して対策しましょう。
在庫切れしない対策		在庫が切れると、検索順位が下がるだけでなく、ランキングに掲載されなくなり、ショップへの導線がなくなり、ランキング掲載商品以外も売れなくなります。項目選択肢別在庫機能を活用し、商品の組み合わせや福袋など、人気ショップのレビュー数が多い商品ページを参考に、在庫切れしない商品ページを作成しましょう。
商品画像1枚目の対応		商品画像ガイドラインに違反している場合、2019年12月以降、ランキング掲載から除外されます。商品画像判定レポートを参考に、NG画像を修正しましょう。
商品画像2枚目～20枚目の活用		スマートフォンの場合、商品画像の直下に価格が表示され、商品説明文を必ず読んでくれるとは限りません。最大20枚まで登録できる商品画像で伝えることが最も重要です。人気ショップを参考に、商品の魅力が伝わる画像やレビューの引用、キャンペーン・配送情報などを掲載しましょう。