

便利なツールを活用しよう

ウェブマスターツールで Googlebotのクロールを円滑化

Googleをはじめとした主要な検索エンジンは、ウェブマスター向けに無料のツールを提供しています。Googleウェブマスターツールを利用すると、**Googleと自分のサイトとのやりとりをより適切に調整することができ、また、自分のサイトについてGoogleから役立つ情報を得ることもできます。**

ウェブマスターツールを利用したからといって、Googleからの優遇が受けられるようになるわけではありませんが、利用することで、もし自分のサイトに問題があればその問題を特定するのに役立つ、検索結果上のパフォーマンスを高めることにつながる可能性があります。

なお、Yahoo!やMicrosoft (Bing) でも、無料のツールがウェブマスター向けに提供されています。

Googleウェブマスターツールでできること

- Googlebotにクロールされる際、サイトのどこに問題が生じたのかを確認する
- XMLサイトマップをアップロードする
- robots.txtを作成、分析する
- GooglebotにすでにクロールされているURLを削除する
- 優先したいドメインを指定する
- titleタグとdescriptionメタタグの問題を特定する
- サイトに訪問したユーザーが使った上位の検索キーワードがわかる
- クリックされていないがインプレッションはある検索キーワードがわかる
- Googlebotがサイトのページをどのように見ているかに関する情報を得る
- Googleの検索結果にサイトリンクが表示されている場合、不要なサイトリンクを削除する
- サイトがGoogleの品質に関するガイドラインに違反しているという通知を受け取る
- 品質に関するガイドラインに違反している点を修正後、サイトの再審査をリクエストする

Google Analyticsやウェブサイトオプティマイザーで高度な分析が可能

Googleウェブマスターツールやその他のサービスを使って、サイトのクロールとインデックスの状況を改善した後は、**サイトのトラフィックに興味をもたれることでしょう。**このようなとき、Google Analyticsのようなウェブ分析プログラムは、良い情報源となります。これらを使って次のようなことができます。

上級者の方であれば、ウェブ分析プログラムが提供する情報は、サーバーのログファイルの情報と組み合わせることで、サイト訪問

者がどのように自分のサイトを訪問・閲覧したのか、より総合的な情報を得ることもできます（例えば、検索エンジンのユーザーが、どのようなキーワードを検索キーワードに追加して、あなたのサイトを見つけたのか）。

最後に、Googleはウェブサイトオプティマイザーというツールを提供しています。このツールを使うと、**ページ上にどのような変更を加えれば、最適なコンバージョン率が得られるのかをテストすることができます。**Google Analyticsやウェブマスターツールと併せて利用することで、サイトの改善に大きな効果をもたらすことができます。

Google Analyticsとウェブサイトオプティマイザーでできること

- ユーザーがどのようにあなたのサイトへたどり着き、サイト内でどのような行動を取ったかを知る
- サイト内で、もっとも人気のあるコンテンツを知る
- サイトの最適化がもたらす効果を測定する
※例えば、titleタグやdescriptionメタタグに加えた変更によって検索エンジンからのトラフィックは改善されたか？

用語解説

インプレッション

ある検索キーワードによって、ウェブページが検索結果に表示されること。露出回数（1回表示=1インプレッション）を計る指標として、ウェブ広告などでもよく用いられる

トラフィック

サイトへのアクセス情報のこと。ユーザーがサイトを表示・離脱するまでの一連のアクセスを表す「セッション」、ページ単位のアクセスを表す「ページビュー」などのほか、サイトでの滞在時間、アクセス元（参照元）といった情報の総称。単にネットワークを流れるデータのことを指す場合もある