

カタログではなくウェブマガジン

この文章は本書(ブログ飯)内の4章の一部として書いた内容です。アフィリエイトを活用したウェブサイト(ブログ)を作成する際に注意しておきたいポイントを載せています。アフィリエイトをメインに考えると今回の内容のような傾向になりがちなので、意識して文章を書くことをお薦めします。

アフィリエイトの初心者の方が陥りやすいのが、とにかく商品を紹介するだけの記事を大量生産する事です。「この商品はここがセールスポイントで、芸能人の誰々も使っていて、値段はたったの300円なの。お得だから使ってみてね。」という感じの文章ですね。こんなどこにでもあるような内容の記事を読んで、あなたはその商品に魅力を感じますか？この人から買いたいと思いますか？

ただ商品の概要を説明するだけなら、楽天市場や Amazon.com、Yahoo!ショッピングなどの大型ショッピングモールで充分です。モールであれば安い順に商品を並び替えすることも簡単ですので、一番安くても送料無料のショップから買えば良いわけです。インターネット上の巨大モールは、同一商品を価格順や評価順に並び替えるといった情報の整理は大の得意分野です。そのモールと同じ事をやって個人ブログのような小さなメディアが勝てると思いますか？

だからこそあなた独自の視点が重要になってきます。あなたにしか書けない切り口で商品やサービスを説明する、関連する知識を紹介する。これが付加価値になり、あなたから買う理由に繋がります。そもそも、現実社会でも商品情報しか載っていないようなカタログは販売しておらず、無料配布をしていますよね。書店で販売している雑誌はもちろん広告も掲載されていますが、その雑誌特有の視点やこだわりで独自性の高い情報を提供していますよね。だからお客様はお金を出して雑誌を買うのです。

これはウェブサイトでも一緒です。訪問者の役に立つ情報を提供し、それに関連する商品やサービスを紹介する。あるいは紹介している商品の有効活用法を、あなた独自の切り口で訪問者に解説してあげる。この独自性こそがあなたの価値ですし、そこにあなたから商品を購入する理由が発生するのです。

この話は規模が小さい、あるいは知名度が低い通販ショップ(EC)にも同様の事が言えます。規模が大きい会社や知名度の高い会社は幅広く商品を揃えて、モール内ですべての買い物が終わる

ような仕組みを整えるだけでお客が勝手に商品を購入していきます。ただし、知名度が低い小さなショップはそうはいきません。だからこそこだわりのある商品やサービスを提供し、それにまつわる生産者の想いや素材等の解説、おすすめの使用方法や制作秘話などのストーリーを構築し、商品以外の部分で付加価値や共感をお客様に与える必要があります。商品やサービスの広報に困っているショップオーナーや店長さんは、この辺りを注意して取り扱う商品を見直したりウェブサイトを修正すると、お客様に対してのアピールを強化できる可能性が高いです。

本編が気になったらぜひ(。-人-。)

<http://www.amazon.co.jp/dp/4844334166/>

<http://books.rakuten.co.jp/rb/item/12350547/>