なーのメルマガ読者限定プレゼント

物販やってる私が
ブログ講座に参加したら
メルカリで売れる法則

見つけちゃった話

ブログもメルカリも、「売れるタイトル」の
考え方は同じだった！



by なー

Copyright (c) na-875.com All Rights Reserved.

01 物販の私が、なぜブログ企画に？

こんにちは！なーです。

4月3日から、ブログで稼ぐノウハウの
無料企画が始まったんです。

超実績者のあゆみさん、タケウチさん、
そしてみのごりさんという3強の企画。

最初、私のジャンルじゃないし
全然関係ないなと思ってたんです。

でも、周りがあまりにもお祭り騒ぎで、
ブログやってない私も気になって
参加しちゃいました！笑

私はブログの人じゃないし、物販勢なので
正直関係ない！
でも、いろんな稼ぎ方があるって
知らないより、知ってた方がいいよね。

くらいの軽い気持ちで、無料だったので
シレっと参加してみました

そして、ちゃっかり動画マニュアルも
いただき、あゆみさんとタケウチさんの
豪華動画マニュアルを見たんだけど…

> あれ！！！ちょっと！？
> これ、メルカリの出品にそのまま使えるじゃん！！

ブログで「売れる記事」を書くためにやることと
メルカリで「売れる出品文」を書くためにやること、

根っこの考え方は完全に一緒だった。

今日はその「共通点」を、
私の物販目線でまとめました！

02 タイトル＝「検索される言葉」だった

ブログ講座の中でタケウチさんが
話してたことの一つが、

「買う気まんまんの人を狙い撃ちする」

これがブログでドカンと稼ぐための 基本だそうです。
実践者さんの中でも 「こんなに簡単だったら もっと早くやっとけばよかった」って なるくらい
シンプルなことなんだけど、 それが大事なんだって。

これ聞いた時、やっぱり物販と同じだなって思いました。

【ブログの場合】
不特定多数にアクセスを集めるより、 買う気がある人をピンポイントで狙う
→ 少ないアクセスでも売れる

【メルカリ物販の場合】
「人気」「1台限り」みたいな パワーワードで煽る前に、 まず商品名やサイズをタイトルに入れて、
すでに買う気で検索してる人に 見つけてもらうのが基本。

不特定多数に届けばいいや、じゃなくて 「これはあなたのための物！」
って ピンポイントにバシッと刺していく。

ブログも物販も、本質は同じでした。

メルカリでも商品名やサイズなど、検索されるワードをまずしっかり入れる。
これが基本です。

じゃあ「人気」「1台限り」みたいな
パワーワードは後回しか？

タイトルにするなら、あえて前に持ってくるのがポイント。

パッと見た時に目に入るのはタイトルの前側だから。

でも「人気」って検索する人はいないので、
検索ワードとしての優先度は低い。 だから、バランスが大事なんです。

03

知ってた？プラットフォーム別「タイトル文字数」活用術

で、ここからがフリマ物販やってる人に
めっちゃ伝えたいこと！

ブログもフリマも、タイトルに何を入れるかで
検索に引っかかるかが決まる。
でもフリマアプリには文字数の上限がありますよね。

その上限、ちゃんと使い切ってる？

メルカリ　40文字

基本の商品情報をしっかり入れる

Yahoo!フリマ　65文字

本文SEOが効かない → タイトル命！

メルカリShops　130文字

情報を盛り盛りにできるチャンス！

ここ超大事！

Yahoo!フリマやヤフオクは基本的にタイトルのワードで検索に引っかかるから、
本文にいくら詳しく書いてもタイトルが雑だと検索結果に出てこない！

メルカリのタイトルをそのまま使い回してたらもったいない！！

※ちなみにパソコンの場合、メルカリで型番を入れてもあまり効果はないです
型番ピンポイントで探す人がいないから。でもヤフオクなら型番検索する人は多い。

つまり「購入者がどう検索するか」はプラットフォームで変わるんです。

これはAmazonなど他の販路でも同じ。
結局、物販全体でタイトルは超大事で、ブログの「キーワード選定が大事」って
話とめちゃめちゃ通じるものがありました。



04 この企画、関係ないと思ってない？



今回のレポートに書いたのはほんの一部。

元になってるブログの動画マニュアルでは、

・収益化しやすいキーワードの選び方
・買う気まんまんの人を狙い撃ちする方法
・少ないアクセスでも報酬につながる仕組み

こういったブログの手法が体系的に解説されてます。

ブログやる人はもちろんだけど、
「あ、ここ使えるかも」っていう
気づきや視点がたくさんちりばめられていました！

私みたいに物販の目線で見ると、
出品タイトルの付け方やキーワードの選び方、
出品文の書き方、
購入者がどうやって検索するかっていう
具体的な考え方がちょっと変わるかも。

同じ商品なのに売れる人と売れない人、
その差ってセンスじゃなくてこういう
「考え方」の部分だったりします。

普段いる場所の情報だけじゃなくて、
違う角度からの視点や考え方を取り込めるチャンスって
貴重だから、スルーしちゃうのもったいないです！

欲張りブログっていう企画名のとおり、ブログの手法を掛け合わせた美味しいとこどりの企画。
私も別の角度で美味しいとこ、いただきました

4/9(木)
23:59まで

＼完全無料！／
ここから参加できます
https://7-floor.jp/l/c/YOHMrPDh/gC8Cua6S/

byなー