

ferret One

ブログ記事をferret Oneで公開する方法

2022.03 更新

記事コンテンツとは何か？	3
記事コンテンツで期待できる効果	3
この施策が解決できる課題	4
実施すべきタイミング	4
※逆に以下の場合には行う必要はありません。	4
実行頻度	4
記事コンテンツをferret Oneで作成する流れ	4
▼用意するもの	5
▼想定作業時間	5
▼実際の手順	5
①本文を文字を入力する	5
②目次を設定する	8
③画像・表を追加する	9
④画像・テキスト含めリンクを付ける	13
⑤アイキャッチとタイトルを入れる	16
⑥ブログの基本設定をする (TD/OGP/URL)	17
⑦カテゴリー・著者設定をする	19
⑧テンプレートを設定する	21
⑨公開予約をする	22
⑩システム設定をする (AMP/INDEX)	23
公開した記事のアクセスを見る	24
ブローガー一覧のテンプレート例	26
記事例	27
よくあるご質問	27
Q.引用文にするにはどうしたらいいですか？	27
Q.目を引くアイキャッチを作る時の参考はありますか？	27
Q.テキストリンクとバナーリンクはどのように使い分けますか？	28
Q.公開前に社内で校正してもらいたいとき、共有できますか？	28
Q.CTAの設定はどのようにしたらいいですか？	28
Q.事例記事やお知らせなど分けて表示したい場合の設定方法は？	28
Q.タグはどのようなものを設定すればよいのでしょうか？	29
ferret Oneサポートのご案内	29

1. 記事コンテンツとは何か？

記事コンテンツを書く目的は複数ありますが、BtoBマーケティングにおいて、「**見込み顧客の獲得**」という大目的に向けて記事コンテンツを作成していきます。多くの場合はコンテンツマーケティング（※）を行うべく、SEOを強化するための記事・比較検討時に参考になる情報記事（事例など）があります。

※コンテンツマーケティングとは？

Webマーケティングの施策の1つです。

コンテンツマーケティングの定義は、CMI(CONTENT MARKETING INSTITUTE)による下記の定義が最も有名です。

「コンテンツマーケティングとは、適切で価値ある一貫したコンテンツを作り、それを伝達することにフォーカスした、戦略的なマーケティングの取り組みである。見込客として明確に定義された読者を引き寄せ、関係性を維持し、最終的には、利益に結びつく行動を促すことを目的とする。」

例：検索から記事を読覧→ホワイトペーパーをダウンロード→再来訪→記事読覧→ページ読覧→お問い合わせ

2. 記事コンテンツで期待できる効果

・SEOを強化するための記事

こちらはコンテンツSEOを実施するために作成していきます。

効果としては、

- SEO順位の上昇によるアクセスの増加
- 明確層～準顕在層との接触・CV獲得
- 潜在層との接触

につながります。

記事は「認知目的（潜在層向け）のSEOキーワード記事」「CV目的（明確層～準顕在層）のSEOキーワード記事」に分けられます。記事を作成するリソースがなかなか割けない企業は、まず明確層や顕在層に向けたコンテンツから着手しましょう。

検討度合いが進んでいるユーザーの成約につながりやすく、施策検証も実施しやすいです。明確層、顕在層へのアプローチ手段ができれば、徐々に潜在層を集める施策にも取り組んでいきましょう。

（参考）[BtoBのコンテンツSEOを始めるなら！ 検索流入を増やす記事の作り方](#)

・比較検討時に参考になる情報記事（事例など）

こちらは顕在層向けに、社内検討や競合との比較時に使われる情報となることが多いです。記事としては「導入事例記事／成果事例記事／お知らせ／ツールのオススメ機能記事」などになります。

効果としては、

すでに検討段階に入っている顧客の後押しとなるため、SEOを意識して書く必要はありません。

サイトによっては、ferret Oneのブログ機能ではなくページ作成機能で記事をつくる企業も多いです。

3. この施策が解決できる課題

BtoBマーケティングで新規のリード獲得を行いたい場合は**必須施策**になります。

- 中長期的な目線で、マーケティングコストを抑えたまま半永続的にリード獲得をしたい
- サービスの認知やファンを増やしたい
- 潜在層に向けてアプローチしたい

上記課題がある企業は記事コンテンツ強化に取り組むことで、アクセス増加・リード獲得に繋がります。

※記事コンテンツは特性上、すぐに効果が出ることは難しく、最短でも半年ほど時間がかかります。

4. 実施すべきタイミング

他施策よりも中長期的期間が必要なため、できるだけ早く行う必要があります。施策として検証する期間は最低でも半年以上設けましょう。

※逆に以下の場合は行う必要はありません。

- 短期的にリードを獲得する必要がある企業（広告だけでOKなど）
- 新規リードの獲得に注力していない企業
- 継続的にコンテンツを更新できない企業

5. 実行頻度

効果を感じるためには、まとまった記事を定期的にアップする必要があります。

目安として、

- 半年間で60本程度（目安）の新規記事
- 月に1~2回、改善優先度の高い記事の修正・リライト

を目指しましょう。

難しい場合は新規記事、既存記事のリライトどちらかを定期的に行う体制を作るところから行いましょう。

SEOに効果が出るまで時間がかかります。CVに効果が出るまでは、最低半年はかかると言われていています。**根気強く、継続して記事作成・更新**を続けていきましょう。

6. 記事コンテンツをferret Oneで作成する流れ

行うこと	備考
本文・タイトル・必要な画像を用意する	-
①本文に文字を入力する	ferret One管理画面
②目次を設定する	ferret One管理画面
③画像・表を追加する	ferret One管理画面
④画像・テキスト含めリンクを付ける	ferret One管理画面
⑤アイキャッチとタイトルを入れる	ferret One管理画面
⑥ブログの基本設定をする (TD/OGP/URL)	ferret One管理画面
⑦カテゴリー・著者設定をする	ferret One管理画面
⑧テンプレートを設定する	ferret One管理画面
⑨公開予約をする	ferret One管理画面
⑩システム設定をする (AMP/INDEX)	ferret One管理画面

※記事本文の作り方については別マニュアルがございます。

(参考) [ブログ記事コンテンツの書き方](#)

▼用意するもの

- ・タイトル
- ・記事の本文
- ・メインビジュアル
- ・挿入画像
- ・ferret One管理画面

▼想定作業時間

※ブログ本文内容の作成後の作業時間とします

1時間～2時間

▼ 実際の手順

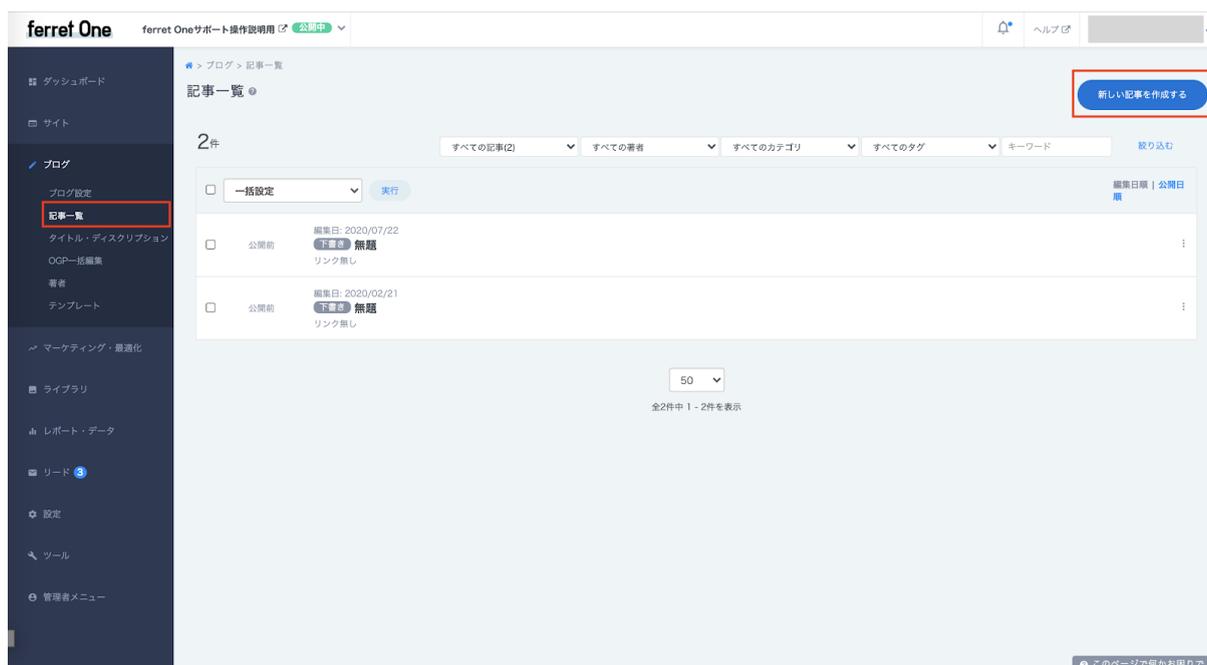
事前に・・・

本文・タイトル・使用する画像を準備しておきます。

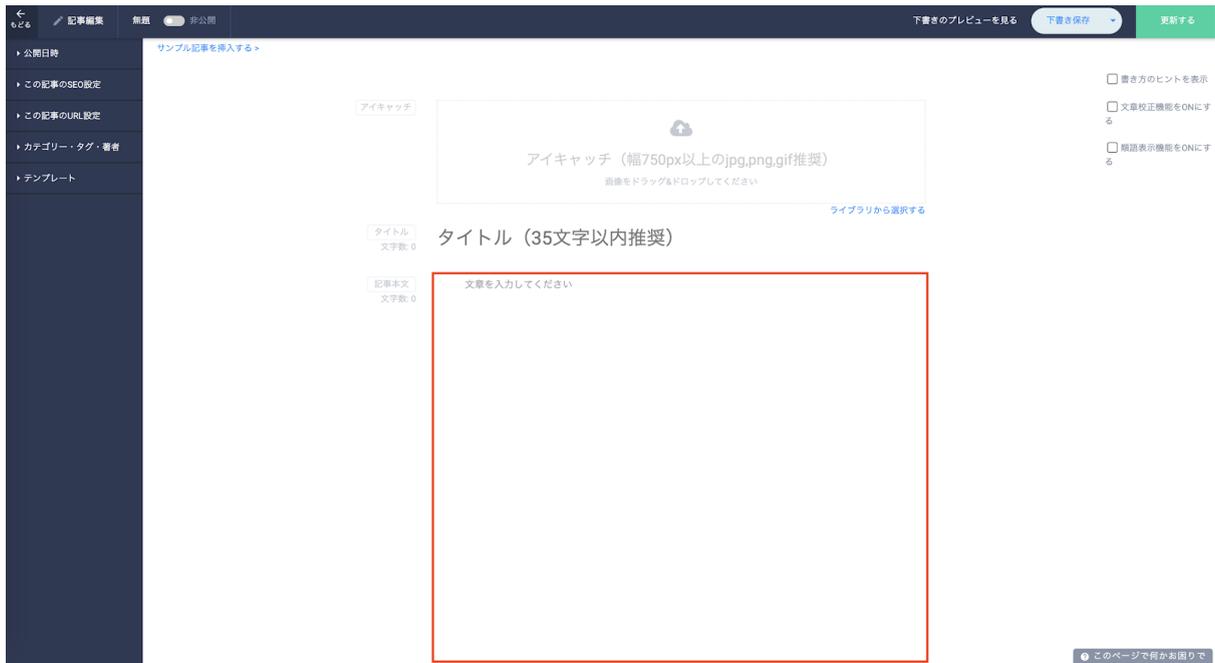
① 本文を文字を入力する

ここでは操作になるので、本文をあらかじめ用意していて、流し込む場合の操作方法について記載しています。

①-1. ferret Oneのブログ > 記事一覧 を開き、「新しい記事を作成する」をクリックします



①-2. 画像内の赤い枠内をクリックすると、テキストを入力できるようになります。

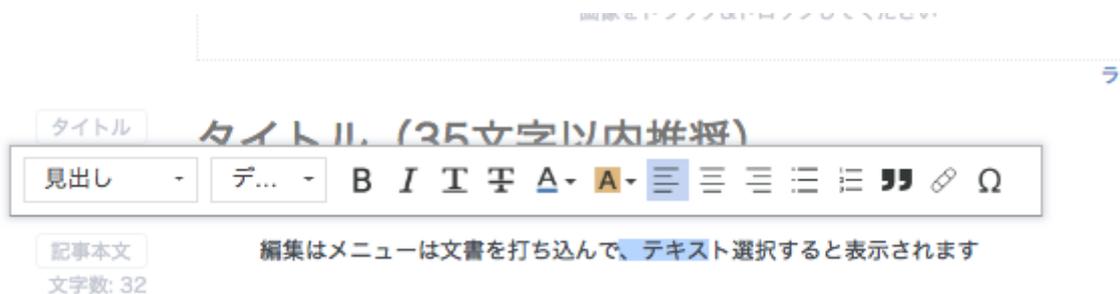


ブログを書くときは、下記の順番で行うと抜け漏れがなくスムーズです。

- ・見出しを作成する
- ・各見出しごとに本文テキストを入力する
- ・テキストを全て入れ終わったら、太字などの装飾をする
- ・目次を挿入する
- ・画像を挿入する
- ・リンクを挿入する

こちらの順番で作成していきます。

①-3. 見出しを作成します。テキストを一度入力してから、該当文字を選択すると文字編集のバーが出てきます。



この中で見出しを選びます。

見出しは

- ・見出し2
- ・見出し3
- ・見出し4
- ・見出し5

と種類が分かれており、
見出し2の中の本文の場合は、次に見出し3、もっと細かくする場合は見出し4、見出し5と
順番に見出しサイズを小さくしていきます。
次の内容にする場合はまた見出し2を使用します。順番を守ることを意識しましょう。

①-4. 見出しを並べたら、各見出しの中に本文を記載していきます。

本文はそのまま入力していくことで作成ができます。

<注意点>

- ・ ferret Oneでは本文を60,000字書くことができます
- ・ 改行は、「Shift + Enter：改行」「Enterのみ：段落の切り替え」となります。

段落の切り替えをうまく使って、読みやすさを意識して記入していきましょう。

①-5. 本文を入力し終わったら、次にテキスト装飾を行います。

テキスト装飾は先程の見出しと同じように、該当文字を選択すると編集バーが表示されま
す。

- ・ 太字
- ・ 斜め文字
- ・ 下線
- ・ 取り消し線
- ・ 文字の位置（右揃え・中央揃え・左揃え）
- ・ リスト（番号無しリスト・番号付きリスト）
- ・ 引用符
- ・ 特殊文字の挿入

などを行うことができます。

項目ごとの説明は、下記ヘルプページをご覧ください。

[【画面説明】 ブログ／記事編集 コンテンツ編集バー](#)

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。

アイキャッチを削除する

②目次を設定する

②-1. テキスト部分が全て記入できましたので、目次を設定します。
本文エリア内にカーソルを合わせると、⊕（プラス）マークが表示されるので、クリックします。

例えば、下記のような情報を盛り込みます。

- ・参照する情報が掲載されているサイトのスクリーンショット画像
- ・参照する情報が掲載されているサイトのURLとリンク

紹介するサービスや商品などの名称を含めた見出しにしましょう

ポインタを近づけると「+」マークが出現



このパートでは、決まったフォーマットを使い、まとめの内容を記載していきます。

例えば、下記のような情報を盛り込みます。

- ・参照する情報が掲載されているサイトのスクリーンショット画像
- ・参照する情報が掲載されているサイトのURLとリンク
- ・簡潔にまとめられた文章

この記事の最終パートであると分かるような見出しをつけましょう

このパートは、この記事の内容をまとめるパートです。

読者が内容をおさらいできるような文章を盛り込みましょう。

また、この記事を読んだことによって読者が次にとるべきアクションを設定できる場合は、その内容を盛り込んでネクストアクションを促しましょう。

目次は見出し設定（手順① - 3.）をしたテキストが自動で一覧になる機能です。
読者にとって読みやすくなるので、**必ず設定**しましょう。

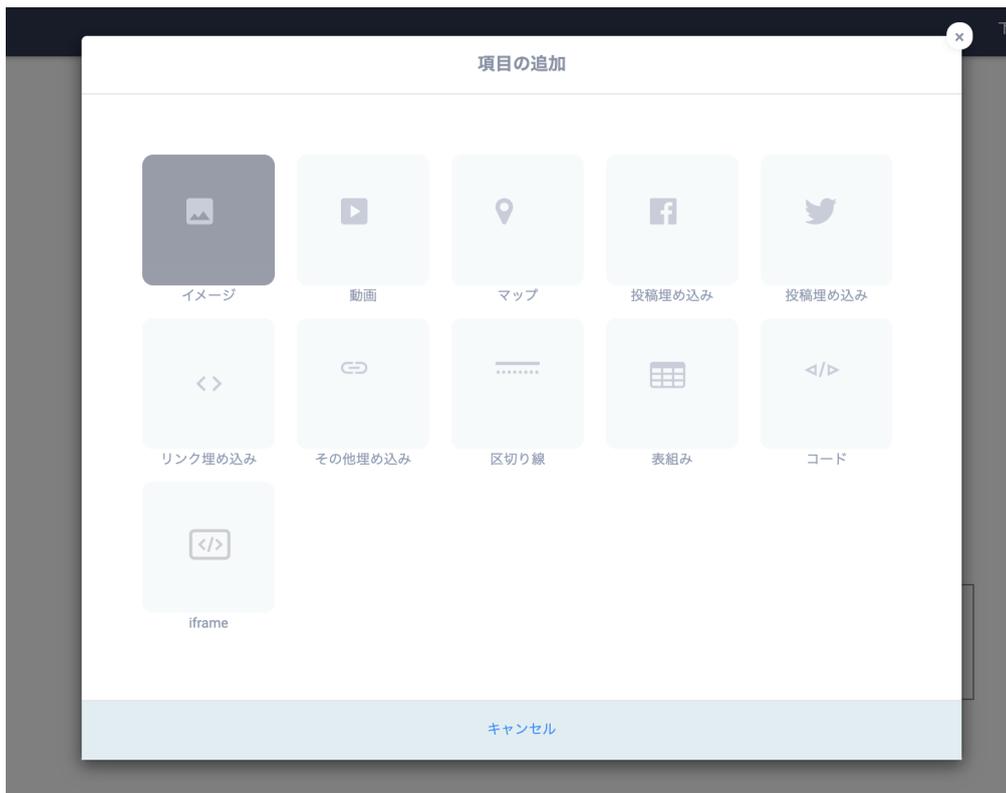
⊕マークは文と文の間に表示され、その間にパーツを追加できます。
最上部または最下部に入れたい場合は、もう1度改行をして追加しましょう。

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。



③画像・表を追加する

③-1. 目次を設定したら、各見出し内に必要な画像を追加していきます。
画像追加方法は、目次と同じように画像を入れたい箇所で⊕マークをクリックし、「イメージ」を選択します。



③-2. イメージアイコンをクリックすると、「NO IMAGE」の画像が表示されます。

1.本文を作成する



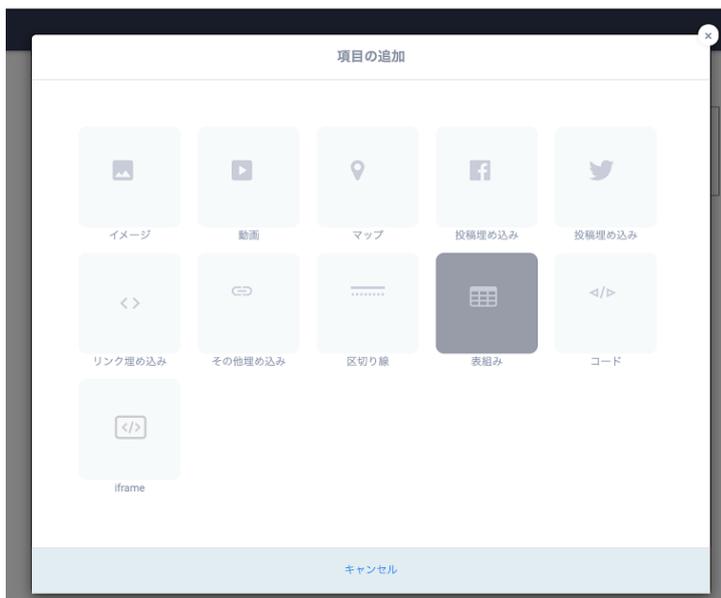
その画像をクリックすると青い編集バーが出てくるので、一番左の画像アイコンをクリックします。

③-3. イメージ設定画面が出てくるので、該当画像を選択し、「このイメージをページに追加」をクリックします。



すると、画像が挿入されます。

③-4. 表を入れるときは、同じように表を入れたい箇所で⊕マークをクリックし、「表組み」を選択します。



③-5. クリックすると、表のプロパティが表示されます。「行数」「列数」だけまず入力して、「OK」をクリックします。



高度な設定など設定すると、表のデザインにclassを当てることができます。

③-6. その後、表のプロパティを修正したい場合は、一度作った表のセル内右に表示されている▼をクリックし、「表のプロパティ」を選択するとさっきの画面を表示することができます。

表組み

- 貼り付け ⌘+V
- セル
- 行
- 列
- 表を削除
- 表のプロパティ

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。



④画像・テキスト含めリンクを付ける

④-1. テキストと画像が全て入れ終わったら、必要なリンクを挿入していきます。
リンクの設置タイプは3つあります。

- ・ URLをそのまま記載
- ・ テキストリンク
- ・ 画像にリンクを設置 (バナー/CTA)

④-2. URLをそのまま記載する場合は、本文を書くのと同じように書き込むだけです。

④-3. テキストリンクの場合は、該当文字を入力し、選択をして編集バーの中のリンクマークをクリックします。



④-4. すると、ページ編集機能と同じリンク設定画面がでてきます。

リンク設定画面について詳細はヘルプの「[リンク設定](#)」についてをご覧ください。

リンク設定

リンク設定している名前

こちらを斜めにします。

設定しない
 サイト内のページ・ファイル
 このページの一番上に遷移
 外部サイト

リンクに設定しているURL

リンクURL

別ウィンドウで開く

リンクに設定するページ/ファイルを選択してください

	名前	URL
	リンクなし	
ページ	トップページ (スマホCMS説明)	/top
ページ	404 File not found.	/404
ページ	サンクスページ	/contact/thanks
フォームページ	【EFOウェビナー用】資料ダウンロードフォーム	/download_form
ページ	セミナーページ (カード型)	/432891
ページ	プライバシーポリシー	/privacypolicy

キャンセル
追加する

④-5. 画像にリンクを設置（バナー／CTA）する場合は、挿入している画像をクリックし、歯車マークをクリックします。



④-6. 同じようにリンク設定画面が出てくるので、どのページまたはサイトにリンクを設定するか選べます。

リンク設定

設定しない サイト内のページ・ファイル このページの一番上に遷移 外部サイト

リンクに設定しているURL

別ウィンドウで開く

リンクに設定するページ/ファイルを選択してください

全て	名前	URL
	リンクなし	
ページ	トップページ (スマホCMS説明)	/top
ページ	404 File not found.	/404
ページ	サンクスページ	/contact/thanks
フォームページ	【EFOウェビナー用】資料ダウンロードフォーム	/download_form
ページ	セミナーページ (カード型)	/432891
ページ	プライバシーポリシー	/privacypolicy

キャンセル 追加する

リンク設定画面について詳細はヘルプをご覧ください。

[「リンク設定」について](#)

この画像にリンクをつけることで、ブログ記事内にバナーなどを入れるのもオススメです。
(下記画像：挿入例)

BtoBにマーケティング組織は必要不可欠

ゼロからのマーケティング組織立ち上げ～さらなるリード獲得拡大への施策までにやるべきことをシチュエーション別に解説してきました。

何もないところから組織を立ち上げるのは簡単なことではありません。また、BtoBではリードの獲得と育成を担って、よりよい商談へつなげるマーケティング組織への期待は大きいものです。

ぜひこの記事を参考に、立ち上げと初期の運用に取り組んでみてください。

御社のサイト、
リード獲得できていますか？

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。



ここまでで本文エリアの編集は一旦終了なので、合わせて「下書きのプレビューを見る」をクリックし、本文にレイアウトが崩れていないかチェックしましょう。

⑤アイキャッチとタイトルを入れる

本文の作成は完了しました。本文に合わせたアイキャッチとタイトルを挿入します。

※アイキャッチとは？

ブログを開いたときに一番最初に目に入る画像のこと。

⑤-1. タイトルはそのまま入力することで反映されます。



⑤-2. アイキャッチは、一番上のアイキャッチエリアに画像をドラッグ&ドロップするか、このエリア右下の「ライブラリから選択する」をクリックして、ライブラリ内から選択します。

アイキャッチ



アイキャッチ（幅750px以上のjpg,png,gif推奨）

画像をドラッグ&ドロップしてください

[ライブラリから選択する](#)

タイトル
文字数: 0

タイトル（35文字以内推奨）

ブログの印象が一気に変わるので、必ず設定しましょう。

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。



⑥ブログの基本設定をする（TD/OGP/URL）

ブログ作成のメインとなる本文作成、タイトル、アイキャッチが終わりました。その後、基本設定を忘れずに設定していきましょう。まずは記事ページのURL、タイトル・ディスクリプション、OGPを設定していきます。

⑥-1. この記事のURLを書き換えます。

左側のメニューバーの「この記事のURL設定」を選択し、ブログのURLを記入します。

- ▶ 公開日時
- ▶ この記事のSEO設定
- ▼ この記事のURL設定
- blog/ blog-lecture
- 使用可能文字以外は自動削除
- アルファベット A-Z a-z
- 数字 0-9
- 記号 /, \, |, !, %, &
- ▶ カテゴリー・タグ・著者
- ▶ テンプレート

サンプル記事を挿入する >

アイキャッチ

アイキャッチ
画像

タイトル
文字数: 0

タイトル（35文字以内）

記事本文
文字数: 109

本文を作成する

こちらを太字にします。

こちらを斜めにします。

こちらに下線をつけます。

こちらに取り消し線をつけます。

1. リスト1
2. リスト2

最初は数字になっていると思いますが、**記事に関連したURL**にしましょう。
URLもSEOに影響があるものなので、きちんと名前をつけていきましょう。
使える文字は、画像内に書いてあるように「アルファベット、数字、記号」が可能です。

※リダイレクトURL設定、カノニカルURL設定は通常必要ありませんが、下記ヘルプを確認し、必要あれば登録して下さい。

[【画面説明】 ブログ / 記事編集 この記事のURL設定](#)

⑥-2. 次に、タイトル・ディスクリプション・OGPを設定していきます。
左側のメニューバーの「この記事のSEO設定」をクリックします。

The screenshot shows the article editing interface. On the left is a dark sidebar menu with the following items: 「もどる」, 「記事編集」, 「無題」, 「非公開」, 「公開日時」, 「この記事のSEO設定」 (highlighted with a red box), 「検索エンジン向け (meta)」, 「SNS向け (OGP)」, 「アイキャッチ、metaと同じ設定にする」 (highlighted with a red box), 「og.title」, 「og.description」, and 「og.image」 (highlighted with a red box). The main editing area on the right contains: 「サンプル記事を挿入する >」, 「アイキャッチ」, 「タイトル (35文字)」, 「記事本文 (109文字)」, 「本文を作成す」, 「こちらを太字にし」, 「こちらを斜めにし」, 「こちらに下線をつ」, 「こちらに取り消し線」, 「1. リスト 1」, 「2. リスト 2」, 「3. リスト 3」, 「引用符をつけます」, 「背景色をつけます」, 「文字色を変更しま」, and a blue button labeled 「1. 本文を作成」.

赤枠で囲っている部分を設定する必要があります。
この設定は、SEOを意識した記事を書く上で非常に重要になります。

記載した文字がどこに反映されるのか、下記ヘルプをご覧ください。
[タイトル・ディスクリプションとは？](#)

⑥-3. まず検索エンジン向けの「meta:title」と「meta:description」を埋めていきます。

⑥-4. その後、SNS向けのOGPを埋めていきますが、SNS用を別途設定する必要のない場合は、テキストを記載せず、「アイキャッチ、metaと同じ設定にする」にチェックを入れて完了です。

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。



⑦ カテゴリー・著者設定をする

次に、この記事のカテゴリー設定、著者設定をしていきます。

カテゴリとタグの違いについては以下ヘルプをご覧ください。

[カテゴリの作り方と設定方法](#)

⑦-1. 左のメニューバーの「カテゴリー・タグ・著者」を選択します。



⑦-2. カテゴリーはあらかじめ登録しているカテゴリーをプルダウンから選択するか、「新規カテゴリー作成」をクリックすれば新規で作成をすることができます。

⑦-3. タグはタグエリアにてテキストを入力後、Enterキーを押すとタグが設定されます。

もしくは、タグエリアをクリックすると、小さな▼マークが出てくるので、その中から一度作成したタグを選択することも可能です。

⑦-4. 著者も同じように、あらかじめ登録しているカテゴリをプルダウンから選択するか、「新規カテゴリ作成」をクリックすれば新規で作成をすることができます。



The screenshot shows a modal window titled "著者新規登録" (Author New Registration). It contains three main input areas: "著者名" (Author Name) with a text input field containing the placeholder "著者名を入力してください。"; "著者説明文" (Author Description) with a larger text area containing the placeholder "著者の説明文を入力してください。"; and "サムネイル" (Thumbnail) with a dashed border area containing the text "アップロードするファイルをドラッグ&ドロップするか、下のボタンから選択してください" and a "選択" (Select) button with a camera icon. At the bottom of the modal, there are two buttons: "閉じる" (Close) and "登録" (Register).

表示されたデザインは、右上の「下書きのプレビューを見る」をクリックし、確認しましょう。

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。



⑧テンプレートを設定する

この記事を表示する際のテンプレート（ページレイアウト）を選択します。
テンプレートとは、下記画像の赤枠のことを指します。



⑧-1. 左のメニューバーの「テンプレート」をクリックし、あらかじめ作成したテンプレートを選びます。



テンプレートの活用は、**ブログの回遊率・CV率を上げる**のに効果的です。
読者がブログ記事を見ただけで離脱してしまわないように、
ブログ記事を見ている間に遷移して欲しい資料ダウンロードのボタンや、関連記事へのリンク（記事ランキング・カテゴリ・タグ一覧など）などパーツを設置しましょう。
設定方法については、[【画面説明】ブログ/テンプレートテンプレート編集](#)をご覧ください。

キリの良いところで、右上の「下書き保存」をクリックしましょう。



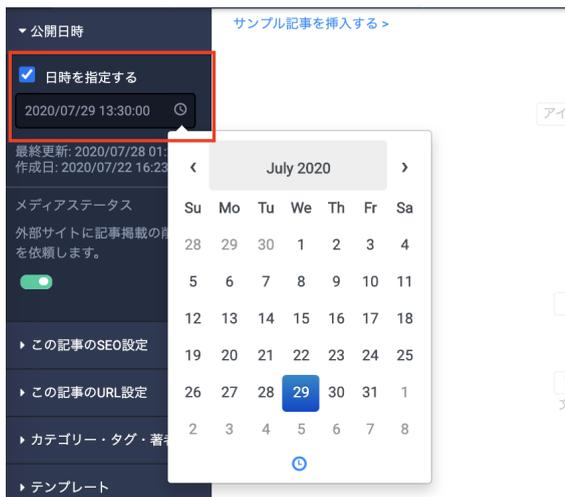
⑨公開予約をする

設定が整いましたので、公開予約を行います。

⑨-1. 右上の「更新」ボタンをクリックし、最新情報を更新します。

A screenshot of the article editor interface. At the top right, there is a dark blue bar with buttons for '下書きのプレビューを見る', '下書き保存', and '更新する'. A green callout box points to the '更新する' button with the text '編集内容はまだ公開ページに反映されていません'. Below the bar, the main editing area includes: an 'アイキャッチ' (Image) section with a placeholder and a 'ライブラリから選択する' link; a 'タイトル' (Title) section with the text 'レクチャーブログ' and a character count of 8; an '記事本文' (Main Text) section with a character count of 109, containing instructions like 'こちらを太字にします。' and a list of three items; and a '引用符をつけます' (Add quotes) section. On the right side, there are three checkboxes: '書き方のヒントを表示', '文章校正機能をONにする', and '顔語表示機能をONにする'.

⑨-2. 左のメニューバーの「公開日時」をクリックします。



「日時を設定する」にチェックをいれ、公開予定の日時を入力します。

⑨-3. 左上の「非公開」をクリックし、「公開中」に変更します。



⑨-4. 改めて右上の「更新」ボタンをクリックし、記事一覧にもどり「予約中」になっていることを確かめたら、終了です。



⑩システム設定をする (AMP/INDEX)

こちらは公開後に行う設定となります。

この手順はスキップしても問題ありません。

※ブログを検索エンジンに表示したくない・ブログのAMPページを表示したくない場合にこの手順を実行して下さい。

⑩-1. AMPページを表示しない場合は、左上の「もどる」をクリックし、記事一覧に戻ります。該当の記事にチェックマークを入れ、プルダウンから「AMP HTMLを検索エンジンに表示しない」を選択し、「実行」をクリックします。



⑩-2. ブログ記事を検索エンジンに表示したくない（インデックスしたくない）場合は、同じく記事一覧に戻り、該当の記事にチェックマークを入れ、プルダウンから「検索エンジンに表示しない」を選択し、「実行」をクリックします。



ここまで行い、時間になって公開されていれば、対応完了です。

7. 公開した記事のアクセスを見る

1. その記事ページの全アクセス数を見たいとき

管理画面左メニュー> レポート・データ > 行動 > 全ページ より、グラフ右下の検索窓に該当のページURL（ドメインより下）を入力し、検索すると見ることができます。

例：<https://ferret-one.com/blog/btob-marketingteam> を見たい場合は、「
/blog/btob-marketingteam」を入力して検索する

2. その記事からのランディング数を見たいとき

管理画面左メニュー>レポート・データ>行動>ランディングページ より、グラフ右下の検索窓に該当のページURL（ドメインより下）を入力し、検索すると見ることができます。

例：<https://ferret-one.com/blog/btob-marketingteam> を見たい場合は、「
/blog/btob-marketingteam」を入力して検索する

3. オーガニックチャネルのアクセス数を見たいとき

管理画面左メニュー>レポート・データ>集客>チャネル を選択し、右上の「セカンダリメンション」のプルダウンから、「ページ」や「ランディングページ」を選択します。

すると各チャネル×ページURLのアクセスを見ることができます。

4. 記事内リンク先のCV数を見たいとき

管理画面左メニュー>レポート・データ>CV(コンバージョン)>フォーム を選択し、該当のフォーム名横のグラフアイコンをクリックします。

するとそのフォームへのページからランディングしているのか、どのチャネルから来ているのかなどがわかります。

8. ブロガー覧のテンプレート例

ferret Oneのオウンドメディア、One Tip (<https://ferret-one.com/blog>) をご参考下さい。



- ①：記事一覧
- ②：イメージパーツ (CTA) でカテゴリ別まとめページへ遷移
- ③：カテゴリ別記事リストパーツ
- ④：イメージパーツ (CTA) でferret Oneサービスサイトへ遷移
- ⑤：イメージパーツ (CTA) でホワイトペーパーダウンロードページへ遷移
- ⑥：カテゴリ別記事リストパーツ
- ⑦：記事ランキングパーツ
- ⑧：タグリストパーツ
- ⑨：イメージパーツ (CTA) でferret Oneサービスページへ遷移
- ⑩：イメージパーツ (CTA) でSNSへ遷移

サイドメニュー：画像内⑤⑥⑦⑧⑨

CTA：画像内②④⑤

記事リスト：画像内①③⑥

9. 記事例

ferret Oneのオウンドメディア、「One Tip!」の記事をご参考下さい。

(参考) [BtoBサイトリニューアルで失敗しないために押さえておきたい7つのポイント](#)

10. よくあるご質問

Q.引用文にするにはどうしたらいいですか？

ブログ編集画面内で引用文にしたいテキストを選択した後、表示される編集バーの引用マーク (”) を選択することで引用文にすることができます。



引用文を使用する例としては、

- ・本や記事から一部分を引用する時
- ・前編がある記事の後編内に前編の内容を掲載する時
- ・インタビュー形式の記事の質問文

などがあります。

Q.目を引くアイキャッチを作る時の参考はありますか？

アイキャッチを実際に作る時の参考としては、他社のアイキャッチを参考にしたり、Canvaなどで紹介しているサンプル画像を見て、色使いや文字のフォント、文字のサイズ感、余白の取り方で気になったものを取り入れてみる方法があります。

(参考) [Canva](#)

また、デザインツールをお持ちでない場合に、パワーポイントで画像を作る方法も下記ヘルプで紹介しています。

[デザイナーに頼まなくてもパワーポイントで簡単に画像を作る方法／画像作成](#)

Q.テキストリンクとバナーリンクはどのように使い分けますか？

例としては、記事の途中で関連している記事を掲載する場合はテキストリンクにすることで、記事の読了を妨げないようにしつつ、記事の内容がはまらない人には回遊を促すことが多いです。

また、お問い合わせや資料ダウンロードなどのCVに誘導する場合はバナーを設置することで、あえて視線の流れを切ってバナーに注目がいくようにすることがポピュラーです。

記事の内容や長さによっては上記が当てはまらないこともあるので、追加・更新した記事のレポートを見て最適なリンクの設置方法を見出してください。

(参考) [CTAを改善してコンバージョンを増やす7つの簡単な方法](#)

Q.公開前に社内で校正してもらいたいとき、共有できますか？

可能です。

ferret Oneでアカウントを持っている人に共有する場合は、「プレビュー」をクリックしてできたページのURLを共有すると確認ができます。

ferret Oneでアカウントを持っていない人に共有する場合は、プレビュー画面の「共有URLの発行」をクリックするとURLが出てきますので、共有いただくと確認ができます。詳細な手順は[下書き内容を共有する方法](#)をご確認ください。



Q.CTAの設定はどのようにしたらいいですか？

現状、ブログ記事はCTAパーツの埋め込みができません。

そのため「テキストリンク」「画像にリンクをつける」形で⊕マークから挿入します。(詳しくは「[手順④画像・テキスト含めリンクを付ける](#)」をご覧ください)

Q.事例記事やお知らせなど分けて表示したい場合の設定方法は？

ブログ記事は「カテゴリー」「タグ」ごとに表示をすることができます。

記事の一覧を表示したいページの編集(管理画面>サイト>ページ一覧にて該当ページの「ページ編集」をクリック)画面にて、「記事リストパーツ」を挿入します。

記事リストパーツの表示で該当カテゴリーを選ぶことで、事例記事のみ、お知らせのみ一覧表示が可能です。

※すべての記事一覧では、全カテゴリーの記事が表示されます。

[【画面説明】 ページ編集 \(LP編集\) / デザインパーツ 記事リストパーツ](#)

Q. タグはどのようなものを設定すればよいのでしょうか？

該当するページの主要キーワードを入れてください。設定するタグの数は多すぎるのも良くないので、内容にあったものを必要な数使用してください。ユーザーが、関連する記事を一覧で見ることやSEO対策に役立てることができます。

【ポイント】

- ・ 関連性のあるページでまとめる

関連性の記事でタグ整理しておく、一つの興味を持って訪れたユーザーが回遊しやすくなります。

- ・ Googleにインデックスしてほしいキーワードを入れる

基本的にGoogleはページ全体をクロールしますが、タグ情報も読み込むと言われています。その際に、ページ内で読み込んでほしいキーワード入力しておきましょう。ただし過剰に入れるのはGoogleから悪い評価をもらう可能性があるため、ご注意ください。

11. ferret Oneサポートのご案内

無料サポート	有料サポート
 運用支援サポート（アカウント担当が付きます）	貴社マーケティング施策の一部を代行・コンサルティング致します
 テクニカルサポート（電話/メール）	 オンライン広告運用
 ヘルプページ	 オンライン広告運用（LP / パナー制作）
 操作レクチャーMTG	 記事制作・事例取材代行
 ウェビナー（オンラインセミナー）	 ホワイトペーパー制作代行
 もくもく会（作業集中スペースの提供）	 SEOコンサルティング
	※お見積もり・詳細に関してはアカウント担当までご連絡ください。



運用支援サポート：貴社の状況に合わせてサイトの運用支援、施策のアドバイスを行います。必要に応じてお打ち合わせが可能です。



テクニカルサポート TEL：03-6868-8244 / Mail：管理画面右下より
受付時間：平日（月～金）午前10時～午後5時



ヘルプページ：<https://ferretone.zendesk.com/hc/ja>



操作レクチャー：https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact_lecture
予約制です。Web会議もしくはお電話にて画面を見ながらレクチャー



もくもく会：<https://fo-keiyaku.hmup.jp/mokumoku-event>

サポートが近くにいる状態で作業ができる場を提供。（オンライン有）

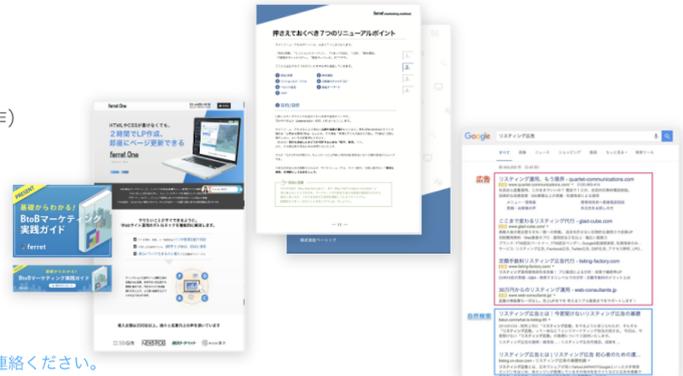
■ ご請求内容の確認/ユーザー追加・変更はこちら

<https://fo-keiyaku.hmup.jp/1087058>

有料サポート

貴社マーケティング施策の一部を代行・コンサルティング致します

-  オンライン広告運用
-  オンライン広告運用（LP / バナー制作）
-  記事制作・事例取材代行
-  ホワイトペーパー制作代行
-  SEOコンサルティング



※お見積もり・詳細に関してはアカウント担当者までご連絡ください。

以上