

動画を使った集客の基礎

本日はセミナーにご参加いただき
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください



あきばれホームページ

動画を使った集客の基礎

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2022/01/13

本日の目次

1. セミナーのゴール
2. WEB集客において動画が注目されている理由
3. 集客力を高める動画を作るには
4. まとめ



1. セミナーのゴール

本日のセミナーのゴール

- 集客するための動画作りの基礎がわかる



2. WEB集客において動画が注目されている理由

動画が注目されている3つの理由

1 動画経由のアクセス数を増やせる

2 SEO対策の効果がある

3 お問い合わせを獲得しやすくなる

動画経由のアクセス数を増やせる

キーワードによっては、Youtubeにアップされた動画が検索結果に表示されるケースが出てきました。また、Googleの検索結果には「動画」のみを表示させるタブもあるため、検索結果から直接動画を閲覧するユーザーも増えております。

そのため、自社で制作した動画をYoutubeに投稿し、そのYoutubeの概要欄から自社サイトのURLへ誘導することで、動画経由のアクセス数を増やせます。



SEO対策の効果がある

動画をページに埋め込むことで、ページの滞在時間が伸びるケースがあります。

その結果、「ページの滞在時間が長い＝ユーザーにとって評価がある」とGoogleが認識し、検索順位が上がる可能性もございます。

もちろん、ページの内容・動画の内容ともに、キーワードを検索した人が知りたい情報が掲載されていることが前提です。



なぜ動画が注目されているのか

Yahoo! JAPAN調べによると、
YDA(Yahoo!ディスプレイ広告)における
動画と静止画のクリック率はほぼ同等でありました。
(広告や業種によって変動あり)



双方クリックするユーザーは数%であり、
動画か静止画で反応するユーザーは異なることが考えられます。

そのため、動画か静止画のいずれかではなく、**両方配信**することでより網羅的なユーザーのクリックやお問い合わせを獲得できることが期待できます。

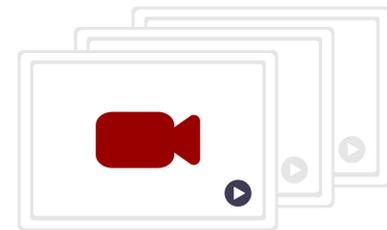
動画を活用できていますか？

ホームページで動画を活用する場合

- メイン画像の代わりに**スライド動画(スライダー)**を入れる
- メインエリア冒頭などで、読み進めてもらうための**アイキャッチ動画**
- お客様の声
- ノウハウ、自己紹介動画

が主になります。

他にもSNSを使って配信したり、Youtubeにアップしたりなど一度動画を作成すると様々な機会で使うことができます。



それらの動画を作る場合のコツを解説いたします。

3. 集客力を高める動画を作るには

だめな動画

ここで言うだめな動画は、成果につながらない＝興味を持ってもらえない動画です。

特に下記の項目に当てはまるとだめな動画になってしまいます。

- 冒頭で興味を引けない(メッセージが的確ではない)
- メッセージが多く伝えたいことがわからない
- テキストに画像がかぶっている
- テキストカラー、メインカラーが合っていない
- 解像度が低い
- 難しい用語や、英語が入っている
- 文字が多い

です。ではどの様に動画を作っていけばよいのでしょうか。

ターゲットから決める

動画上の文字はとても重要です。

誰に何を伝えたいのか、何をしてもらいたいのかを明確にしてください。

誰に: 相続について悩んでいる60～70歳の男女に

何をしてもらいたい: 無料相談フォームを送信してもらいたい

何を伝えたい: 相続問題の解決が得意、抱えているトラブルを解決できる

行動してもらうために、なぜ、何を繰り返す

誰に: 相続について悩んでいる60~70歳の男女に

何をしてもらいたい: 無料相談フォームを送信してもらいたい

何を伝えたい: 相続問題の解決が得意、抱えているトラブルを解決できる

なぜ、相続問題の解決が得意なのか

→年間100件以上のお悩みを解決しているから

なぜ、抱えているトラブルを解決できるのか

→専門の弁護士と提携しているから

ライティングのコツ

・話し言葉を避ける(軽い印象を与えてしまうため)

・無駄な言葉を省いてできるだけ短い文章にする

～ということがある→～ことがある

相談ができる→相談できる

相談に来る人→相談者(相談)

何回も～多々おもった→何回も思った

・大前提を抜かない

相談は10人前後→相談は一日10人前後

・短く区切る

特徴は～、～、～の3つです。→特徴は3つあります。1～、2～、3～です。

・漢字の連続は使わない

相続問題解決の提案をします→相続の問題を解決いたします

素材の選び方

色々と動画を作成するツールはありますが、今回は弊社のスライダー機能をつかいながら解説いたします。先程の「だめな動画」にならないように注意しながら作ってみましょう。

まず、素材を選ぶ場合はそこにのせるメッセージと合ったものを選んでください。

■例

メッセージ: 寝付きが悪いとお悩みですか？

写真: ベットで頭を抱えている女性の写真



メッセージ: ○○の悩みを解決できます！

写真: 公園で両手を上げている女性の写真

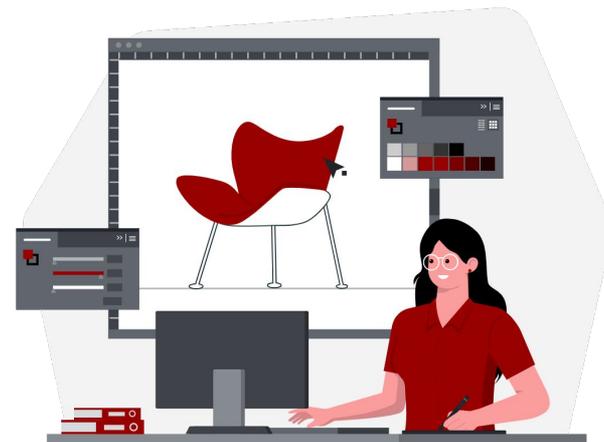


スーツを着た男性がガッツポーズをしている写真

トリミングのコツ

画像をトリミングする場合はテキストとかぶらないようにトリミングを行ってください。
その際に見せたいものが見えるように構成を考えてトリミングする必要があります。

また、商品や人物の画像は背景を透過させることで構成の自由度が増します。



PDCAが大切

文章を一部変更しただけでも、何倍も反応が違うことがあります。

PDCAを回して、動画を作った後も見直しや改善をしていくことで反応を高めることができます。

PDCAとは？

1. Plan(計画を立てる)
2. Do(実行)
3. Check(評価)
4. Act(改善)

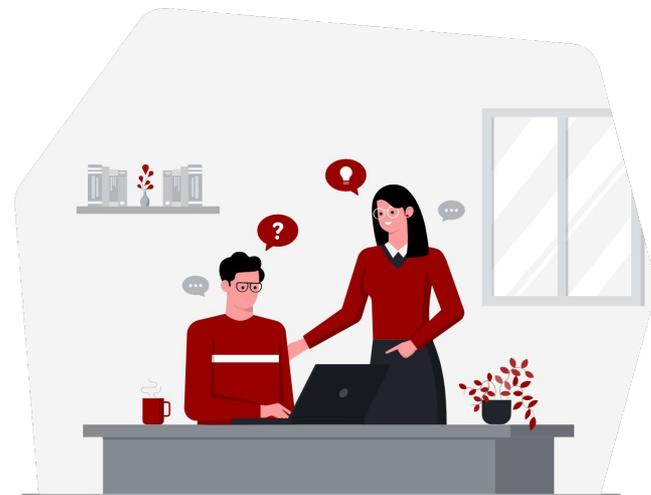
の4段階を繰り返すことで物事を改善していく手法です。



4. まとめ

まとめ

- 動画を作るときもターゲットを決めることから始める
- PDCAが大切



でも動画自分で作るの難しそう・・・といった方も多いと思います

2022年は動画サービスを強化します。

もしご検討いただいている方や話を聞いてみたい方は、ZOOMのチャットに「お名前」と「動画サービス検討中」と履歴を残しておいてください。

サービスリリース時に先行してご案内させていただきます。

まだまだコロナは続きますが..

来週も、木曜日の12:45～13:30を予定しています

次回:ホームページのデザイン調整

デザイン調整は実際に会員さまのホームページをコピーして行います。ご協力いただける方はZoomのチャットに「お名前」と「ホームページのURL」をご記載ください。

※変更した内容をご希望であればそのまま反映が可能です