

動画制作メモ

【 動画流入ルート ~ ファン化 ~ ライン@登録までの流れ 】

- ①検索、またはYouTubeオススメ(TOPページ・関連動画) ⇒ キーワード選定(SEO対策) ⇒
グーグル検索
グーグル動画検索
- ②インプレッション(動画露出回数)向上 ⇒ YouTubeが「オススメしたくなる」動画構成
ヤフー検索
ヤフー動画検索
- ③再生回数の向上 ⇒ サムネイルの品質 (クリック率に大きく影響)
YouTube検索
- ④視聴維持率UP ⇒ 直帰率を下げるシナリオ構成・価値提供の品質・動画品質
- ⑤コンテンツ回遊(説明欄・概要欄) ⇒ 「また見たい!」「ほかの動画も見たい!」と思わせる満足度、価値提供(登録にもつながる)
- ⑥ラインアット登録 ⇒ 登録すれば潜在ニーズを満たしてくれるだろう!という期待感・欲求が叶った自身の未来像

「オモテに立って引く張るカリスマタイプ」ではなく、「縁の下で支えるシエルタイプ」No.1を取る

- ・視聴者にとって動画は「問題解決」ツール
- ・配信者にとって動画は「広告・教育・クライアント選別」ツール
- ・チャンネル内、ライン@、AMCホームページ、LPの回遊導線を意識
- ・画面の向こうの「人」を想像しながら、その人を笑顔に出来るかどうかが大切 重要
- ・自慢話、自己満足、自分語りはしない
- ・シナリオはキーワードから逆算
- ・場合によってはスライド資料などを活用
- ・強く共感してくれる濃いファン以外は排除
- ・共感を得るには「あるある話」
- ・視聴者が簡単に理解するには「たとえ話」
- ・小学4年生でも理解できるわかりやすさ
- ・「あの～」「え～」「・・・(沈黙)」など間延びしないしゃべり
- ・広告収入、バズり、高登録者数、高再生回数は期待しない
- ・結果はラインアット登録者と売り上げ向上にしかない
- ・時間がなくても聞ける、楽しく・飽きない・ラジオ感覚の動画も意識(目で感じる事より耳で聞いて深層心理に訴える)