

動画構成

シーン	カット	画面	内容	効果	音楽	セリフ	時間(秒)	効果/備考
1		撮影、または抜き出し	最大の見せ場 シーンを公開・動 画の中に答えが あることを示す	ターゲットが求め てゐる・ためになる ・続きを見たくな る	場面に応じたテ ンポの曲	KW(キーワード)	~10	メリハリと直帰率 を下げる
2		固定オープニング・顔出し	挨拶・テーマ・概 要	ブランディング		KW	~15	権威付け・安心 感・ザイオンス効 果
3			悩みに共感・不 安な未来	問題提起・煽り (共感)		KW。①短期的 快楽②衝撃の事 実③フロスペクト 理論	~20	共感には「あるあ る話」
4		イメージ画像	解決の気づき	未来への希望		KW・EC(アイ キャッチ)	~15	潜在顧客の発掘
5		画像・テキスト・シーン別・ 飽きない構成	具体策提示・悩 みの解決・欲求 の解消	根拠・検索キー ワードに対する 伏線回収・コンサ ル・フロントエンド		絞り込み・差別 化・熱を伝える・ 想いを伝える(自 分語りしない)・ 強力な1%のみ 掴む(他は無視)	300~	同じ画面は5秒 以内・メリハリ視 覚効果。説得は 「たとえ話」が効 果的
6		クライアント画像・手書き の口コミ	体験談・感想	未来を想像させ る(自分もそうな れるかも)		EC	120~	ワクワク感・ター ゲットが欲しいが る未来の提供
7		視聴者の背中を押すとき は必ず顔出し	まとめ・挨拶・行 動を促す。絶対 に営業はしない。 心を掴む香り添 うエモいメッセー ジ	ラインアットで悩 み募集(動画にし て解決策を提案 します)		締めめのあいさつ	~30	ラインアットから のバックエンド
8		ファンサービス・最初は無 くてよい	裏舞台・NGシー ン・YouTube終 了画面	親近感・最後まで 見たくなる		オフアワーやイベン トなどは次回予 告もあり	~15	終了画面は合計 20秒