



動画でゴリゴリ集客！

# 初心者さんのための 動画集客セミナー



# 初心者さんのための動画集客セミナー

## 本日の流れ

---

- ①動画集客についてのお話(座学・ワーク)
- ②動画の作り方(座学・ワーク)

※本日のゴール※

- ・動画集客についての基本の部分を知ることができる。



# 【プロフィール】



メディアPR戦略コンサルタント

## 後藤 梨沙

(ごとう りさ)

1986年5月19日(31歳)

大阪府大阪市出身・在住

ニックネームは、**ゴリ姉さん**です。

### 【家族構成】

ITコンサルタントのパートナー(30歳)

ゴリ姉ジュニア(1歳)

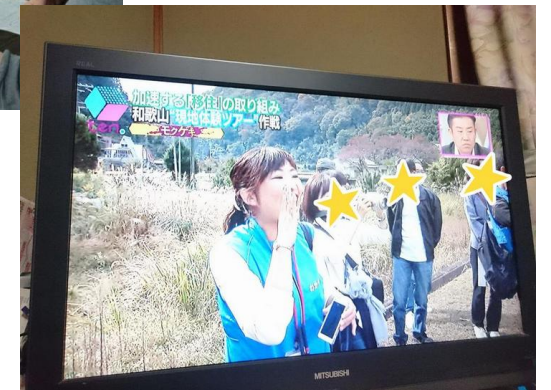


# 【経歴】



2016年まで  
和歌山県のPR・広報・メディアへの売り込み、  
動画を制作したり、SNSなどのWEB広報  
セミナー運営など  
多岐にわたって仕事をしていました。

全国を飛び回っていた生活でしたが  
(休みも家にいる時間もほぼなかった生活でした。)  
結婚～出産を期に退職し、今現在  
メディアPRコンサルタントとして活動中。  
2018年4月より関西地方にて  
某都道府県のメディアPRを担当します。









動画に対して  
どういうイメージを  
お持ちですか??



もしかして……

こういう状態に  
陥ってないですか？



ゴリ姉さんも  
昔はそうでしたw





本日は、  
動画集客の仕組みや動画の作り方など  
ご理解していただければと思います。



スマホやデジカメにも、  
当たり前のように  
動画撮影機能が搭載され、  
パソコンにも購入時点で  
無料の動画集客ソフトが  
インストールされています。



YouTubeは世界中で  
10億人以上のユーザーが  
利用する巨大インフラです。  
日本でも10代・20代は、  
1日1時間以上、  
30代でも約50分近く  
をWeb動画視聴に費やしています。



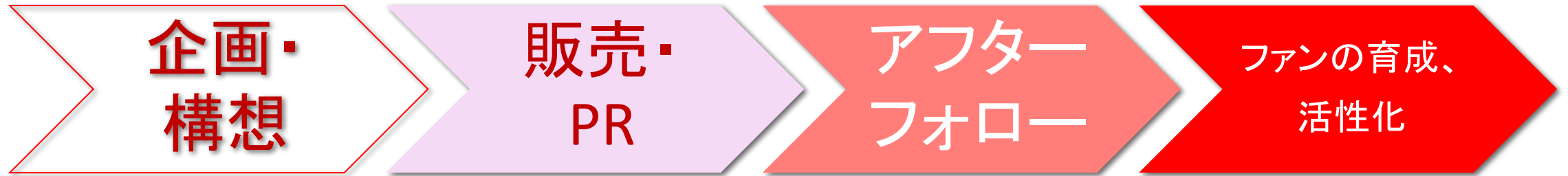
動画は、プロが作るものから  
「みんなのもの」 になっています。





# なぜ、「動画集客」「動画マーケティング」なのか？

今の時代  
動画はビジネスの必須アイテム



**動画は、  
ビジネスを自動化できるツールなんです！**

時代の流れはわかるけど、  
動画をどう取り入れたらいいか、  
そもそもどう作っていいか  
わからない



# ワークについて…

---

基本的に

セルフワークとなります。

紙とペンをご用意ください。

ワークをやっていて

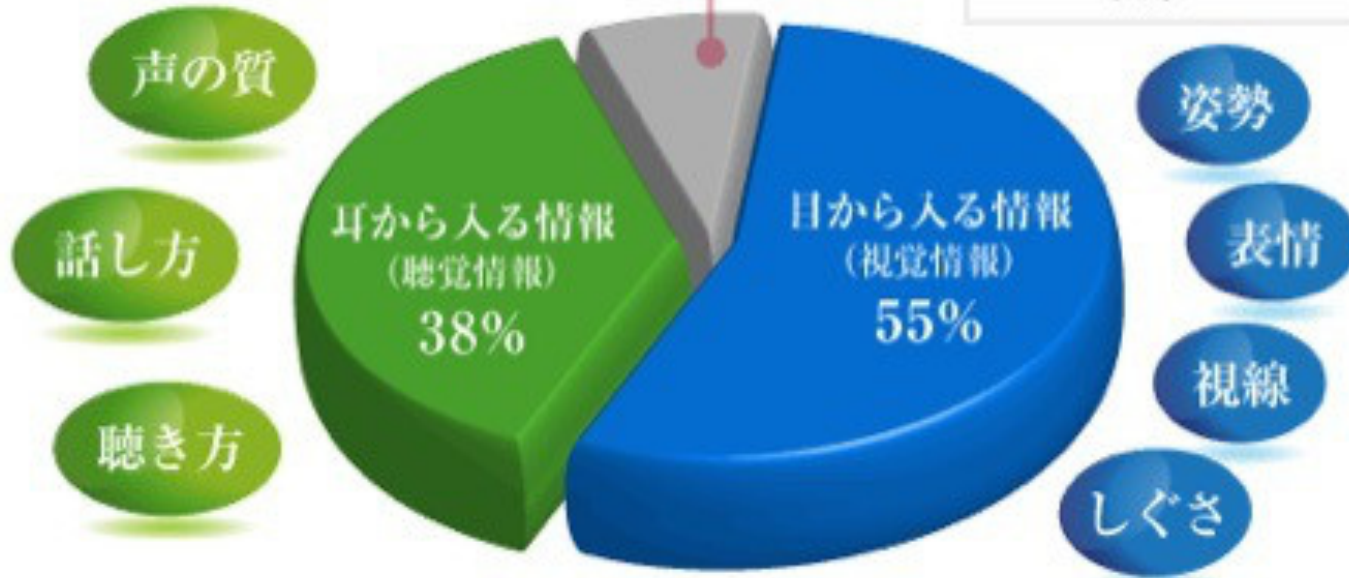
わからないところがあれば

すぐお声がけください！！

# 動画集客について



## メラビアンの法則



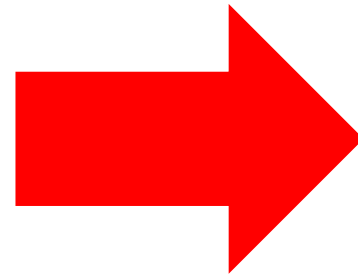
## 別名「3Vの法則」

言語情報 (Verbal : 7%) :  
話の内容、言葉そのものの意味

聴覚情報 (Vocal : 38%) :  
声の質・速さ・大きさ・口調

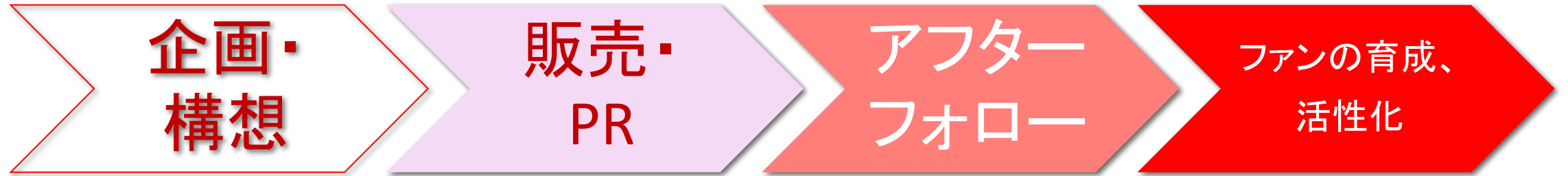
視覚情報 (Visual : 55%) :  
見た目・表情・しぐさ・視線

非言語コミュニケーションの  
重要性



動画が  
一番効率的

# 動画のビジネス活用



①商品・サービスの説明

②PR・興味喚起

③動画の収益化

④問い合わせの削減

⑤コミュニティ活性化

⑥ファン・リピーター育成



# 動画のビジネス活用

---

動画はビジネスで  
どんな活用方法があるでしょうか??



# 動画のビジネス活用

---

## 【例】

\* 自己紹介・PR動画

\* 会社説明動画

\* 商品・サービス説明動画

\* お客様インタビュー

\* メルマガ限定動画

\* アフターフォロー

\* セミナー動画（販売も可）

\* オンラインサロン（販売）





# ■ ワーク1



あなたのビジネスで  
こういった活用方法があるでしょうか？

# 動画集客が向いている方とは？

---

動画マーケティングのメリットは、  
**無料**からはじめられるという点から

- 中小企業
- 個人事業主

目指す方向性として

- 価格競争から抜け出したい方
- オンリーワンのポジションを構築したい方

# 動画マーケティングの種類

---

①ブランディング

②集客

③コンバージョン率のアップ

# 動画マーケティングの種類

---

## ①ブランディング

文字だけでは伝わりづらい、  
会社のイメージやコンセプトも、  
動画を使えば、簡単に伝えることができます。  
会社やブランド独自の世界観、  
ストーリーに共感し、ファンになるお客様も多いでしょう。  
そのため、自社のブランド力を向上させたい  
と考えている企業にとって、動画は大きな武器となります。



# 動画マーケティングの種類

---

## ②集客

文字や写真に比べて訴求力が強い  
ため、視聴する人の心をひきつけ  
ます。

セミナーやイベント、サロンの  
雰囲気など言葉では表現しづ  
らい事柄も、

容易に伝えられるのが動画の  
特長です。

また講師やスタッフの人柄など  
を

感じてもらうのにも有効なツ  
ールとなっています。

# 動画マーケティングの種類

---

## ③コンバージョン率のアップ

静止画よりも動画のあるページの方が  
コンバージョン率がアップする  
という調査結果があります。

動画は視覚と聴覚の両方から情報が入るため、  
購買意欲を促進させるのに非常に有効です。

さらに動画内で分かりやすい動線を描くことで、  
顧客を次の行動へと促すことができます。

# コンバージョン率のアップとは？

---

## コンバージョン率とは??

簡単にいうと  
動画を見た人が  
商品やサービスを注文する確率です。



【いろいろなデータも出ています。】

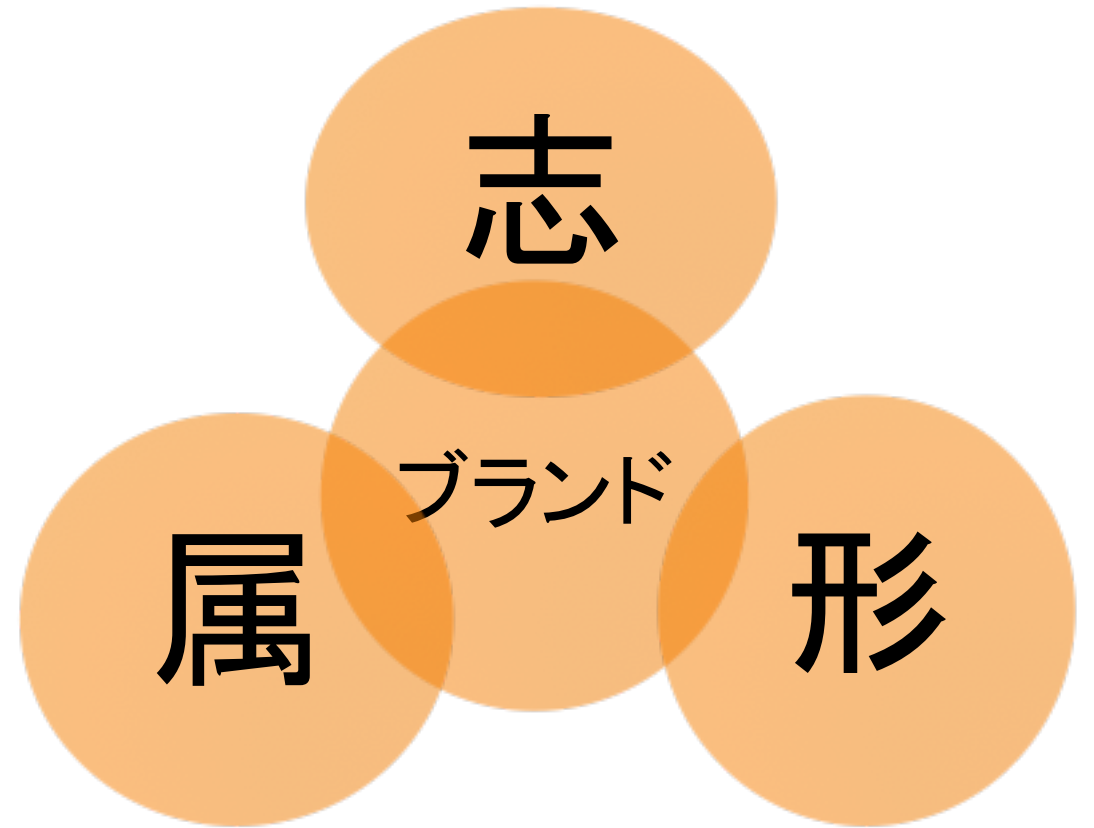
- ・動画付きオンラインショッピングサイトは、動画を使わないサイトと比べ、平均で2分顧客の滞在時間を延ばし、コンバージョン率を64%上昇させた
- ・ビジネスマンの61%は製品やサービスの使い方を動画を見て学ぶ

# 動画でのブランディング

「志」：  
理念、スピリット、存在意義など、  
ブランドが目指すべき将来像やビジョン

「形」：  
ブランドらしさを体現する、独自性のある象徴物  
(商品、サービス、空間など)

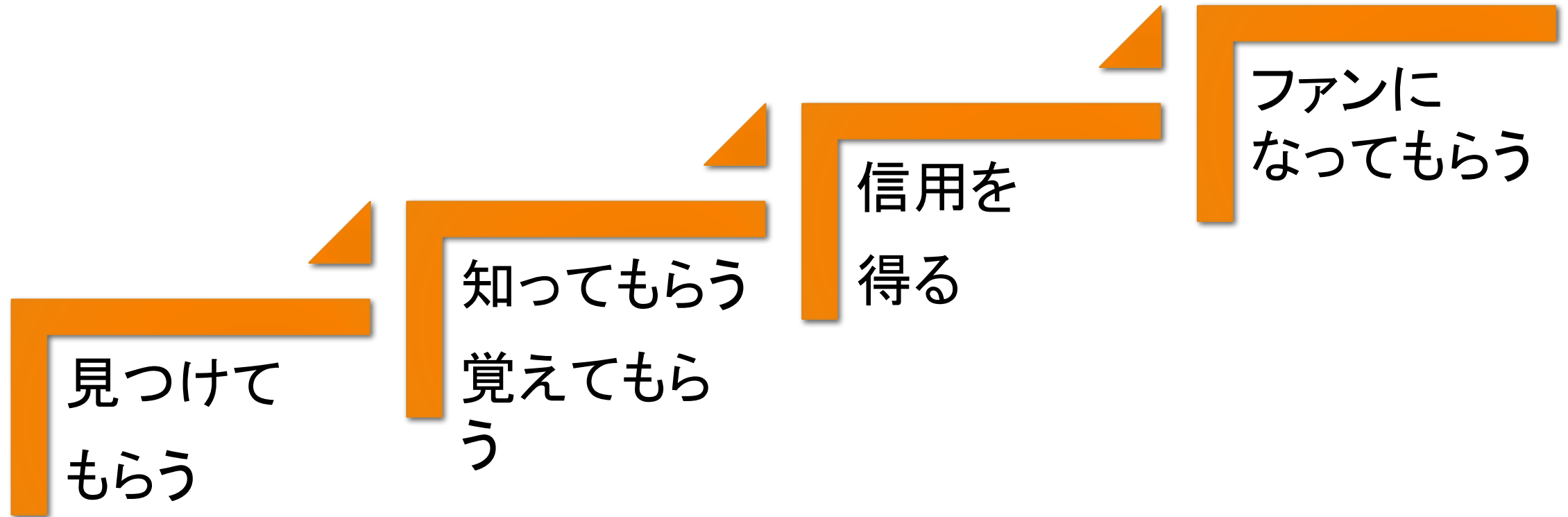
「属」：  
ブランドに共感し、  
応援しているサポーターや支持コミュニティ



**オンリーワンの世界観を  
動画を使って確立させます。**

# 動画集客 4つのステップ

---



# 業態に合った活用方法

---

## ■ インターネット

インターネットを主な販路  
としている事業形態。  
ネット販売や  
オンラインサービス

## ■ リアル(企業や自治体)

リアルの場面でのサービスを  
提供を主としている事業形態。  
企業や自治体は  
このケース

## ■ インターネット×リアル

実店舗やリアルでの  
イベントもしつつ  
インターネットも活用して  
情報発信や  
販売を行っている事業形態

## ■ 個人事業主

フリーランスや個人事業など  
ブランディングや営業活動を  
自力でやりながら  
自分の名前を看板として  
仕事をしているケース



# インターネット 事業 動画活用法

動画活用の特徴・・・

インターネット事業では、

動画はなくてはならないコミュニケーションツールです。

リアルな場面でお客様と接点を持ちにくい業態のため、コミュニケーションを補完するものとして、動画が力を発揮します。

## 1. 商品説明や問い合わせの コストを削減

→ 使い方の説明や商品紹介を掲載することで問い合わせの削減ができる

## 2. サービスの付加価値向上や SEO対策

→ 動画によるおもてなしで価格競争を回避

# インターネット×リアル 事業 動画活用法

## 動画活用の特徴・・・

インターネット×リアルを併用している事業では、認知度を向上させるためにインターネット上での動画を活用させることが有効です。

インターネットでリアルタイムに、店舗やイベントの情報を配信しつつことで来場につなげるという使い方もあります。

リアル事業との相乗効果

## 1. ファン・リピーターの育成や 新規顧客開拓も

→オンラインで情報発信することでリアルな場へのきっかけ作り

## 2. マスコットやアイコンとして 身近なスターを育てられる

→アイドルではないですが、「会いに行ける○○」としてファンが生まれスターとして育てることができる

# リアル 事業 動画活用法

動画活用の特徴・・・

商品・サービス提供を主としている事業では、取り組みを告知・報告するツールとして活用されています。

その他、その場に行くことができない人向けの動画コンテンツを提供し、収益化するというモデルも生まれてきます。

## 1. 組織・コミュニティの活性化

→同じ志や目的で集まったコミュニティや組織のメンバーに対して継続的に動画で情報提供をする（オンラインサロン）

## 2. 企画段階から動画を撮影し、「ストーリー」を育む

→商品やサービスの工程を記録し発信することで「応援したくなるストーリー」を育むことができます。

# 個人事業主 動画活用法

動画活用の特徴・・・

広告予算がない中で、ブログやSNSなどインターネット上での情報発信を行う上で、動画は予算をかけずに多くの情報を届けられる、優れたコミュニケーション手段の一つです。

セルフブランディングにも活用できます。

## 1.活動やストーリー、 信条を伝える

→活動を継続的に動画で発信することにより、その情報を必要とする人に止まりビジネスの道が開ける

## 2.クライアントとの 豊かな関係構築

→ファン獲得のきっかけや  
新たなクライアントの開拓

## ■ ワーク2



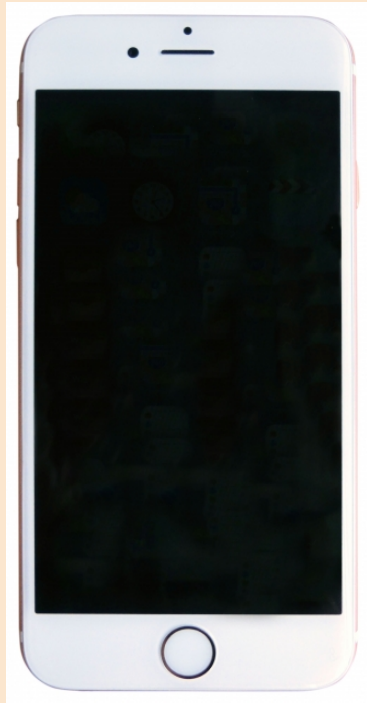
今日からできそうだなあと  
思う動画内容を考えてみてください。

# 動画作成の流れ



# STEP1 準備

必須アイテム



順次揃えたらベターアイテム



# STEP1 準備

---

スマホでの撮影に慣れてきたら・・・



パソコンでの編集や  
ビデオカメラでの撮影など  
チャレンジしてみてください。



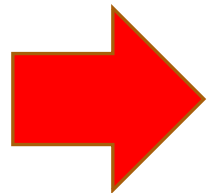
## STEP2 シナリオ・絵コンテを考える

---

**まず、  
どんな動画を作  
るのか決めましょ  
う！！**



伝えたいポイントは  
1つに絞る！！  
これ重要よん！！



ゴリ姉さん特製・  
絵コンテシートを配布いたしますので  
後ほど、詳しくお話しいたします

# STEP3 撮影する

シナリオ・絵コンテに沿って順番に撮影していきましょう。

今日の撮影時のポイント



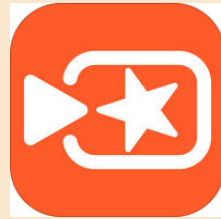
- ①カメラを安定させる
- ②スマホ撮影は、横画面で撮る
- ③逆光にならない
- ④撮影が始まってから2秒後に喋り  
喋り終わったら2秒回したままにする  
→編集しやすくするため



# STEP4 編集する

今回使用する  
スマホアプリは、  
編集のしやすい

**VivaVideo**



他にも、  
キネマスターやラインカメラなど  
様々なアプリが開発されています。

パソコンの編集であれば、  
動画編集ソフトを使用します。

【無料動画編集ソフト】

Windows→ムービーメーカー

Mac→iMovie

YouTubeでも編集できます。

【有料動画編集ソフト】

Power Director

Adobe Premiere Elements

Filmora



# STEP4 編集する



## 基本的な動画編集の考え方

撮影された動画を  
トリミングする  
(切り取る)

絵コンテの  
順番通りに  
動画を組み立てる

音楽・テロップ・  
ナレーションを  
つける

動画共有サイト用の  
ファイルに  
動画を変換する

アップロード

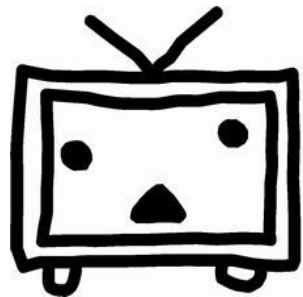
# STEP5 動画をアップする

---

一番オススメ



USTREAM



ニコニコ動画  
NICO NICO DOUGA





# 動画の作り方

# 作成する際のポイント

---



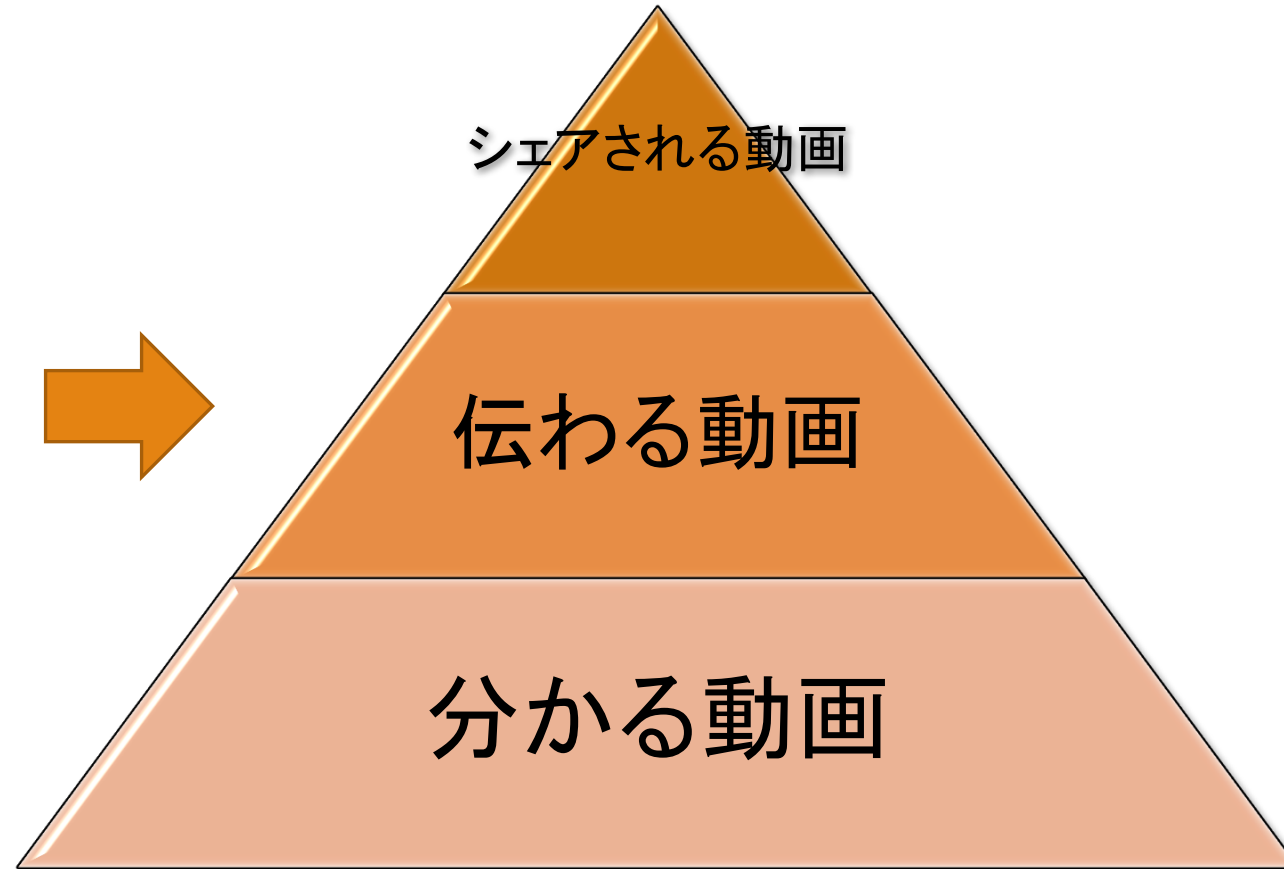
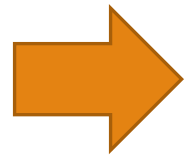
**完璧を  
目指さないでください。**

撮影に慣れれば、  
自然と  
クオリティも上がってきます。

# 伝わる動画の3つの要素

---

本日の  
目指すところ



# 伝わる動画の3つの要素

---

1.メッセージ性は明確か？

2.ターゲットは明確か？

3.シーンは適切か？



# メッセージは明確か？

---

## ①伝えることは、1つに絞りましょう。

見る側は、そんなに多くメッセージを受け取れません。  
「あれも、これも」詰め込みたくなりますが、  
グッと我慢してご自身のPRだけに集中しましょう。

## ②主語を「あなた」にしましょう。

みんなに向けてではなく、あなたに向けてお伝えしていますよ～  
と、お話するだけで一気に親近感が湧きます。

# ターゲットは明確か？

---

**① たった 1 人の具体的な人物名を思い浮かべましょう。**

あの人だったらどんな風にお話したら喜ぶかな？など、  
動画を作る際に、独りよがりにならないように

**② ターゲットが欲しがるキーワードを  
使いましょう。**

# 自己PR動画の構成

---

【ゴリ姉特製シナリオシート】に沿ってお話いたします。

シー  
ト  
の  
フ  
ロ  
ウ  
チ  
ャ  
ー  
ト

①タイトル

②自己紹介

③「独自のウリ」の紹介

④メッセージ

⑤問い合わせ先



# 自己PR動画の構成

	時間 (目安)	内容	セリフ	テロップ
①	2秒	タイトル		2秒で読める文字数程度で
②	5～10秒	自己紹介	→何屋さん・名前を伝える	
③	10～20 秒	「独自のウリ」 の紹介	→一番の「ウリ」を伝える	
④	15～30 秒	メッセージ	→自分の思いや商品・サービスの 思いを伝える	
⑤	3～5秒	問い合わせ先	→取って欲しい行動を考える	



あ、一つ忘れてました！





ゴリ姉さんは、  
よく噛みます。。

編集する気が無くなるくらい  
噛みます。

編集から  
逃げちゃダメだ！  
逃げちゃダメだ！  
逃げちゃダメだ！



**完璧を求めて  
結局動画を作らないっていうのが  
一番あかんパターンっす。**



この心理状況に  
追い込まれる前に  
**編集しなくてもいっかって  
自分を許してあげてください。**

# ZOOM(ズーム)の活用

ZOOMで動画撮影できます。

---

- ① ZOOMの撮影は、顔やプレゼン資料を喋りながら撮影ができます。
- ② 難しく考えずに、編集なしでアップするのもOK!! そのまま流している方も多いです。

ZOOMで動画撮影できます。

---

**③セミナーを1クリックで録画し  
YOUTUBEに限定公開設定で  
お客様へお伝えすることもできます。**

**スカイプよりもビジネス利用の場合は  
ZOOMがおすすすめです。**



# 質疑応答タイム

---

ご清聴ありがとうございました。

