



株式会社コンサルタントラボラトリー 特別無料レポート

動画マーケティングで 陥りやすい5つの間違い

はじめに

“動画広告は新しいものではないが、2016年はさらに動画広告が主流になるだろう。その一例として、FacebookやBingが広告主にビデオオプションを提供し始めている。

さらに重要なことに、Googleは現在、検索エンジンのアルゴリズムにビデオコンテンツを含んでいる。これは、動画広告にとって、重要なステップである。”

これは、アメリカで発表された2016年のマーケティングの動向を引用したものです。簡単に引用の内容をまとめると、

- ・ Facebookなどのネット上に大きな影響力を持つ企業が積極的に marketer に動画を使うことを推奨している。
- ・ Googleの検索結果にも動画が現れるようになっている。

このことから、2016年はさらに動画マーケティングが重要になってくる、ということです。

本レポートは、マーケティングの最先端と言われるアメリカで発表されている内容を元に、動画マーケティングになぜ取り組むべきなのか？そして、動画マーケティングを行う際に、多くの方が陥りやすい5つの間違いをお伝えするものです。

本レポートを参考にして、ぜひあなたのマーケティング活動にお役立てください。

なぜ動画マーケティングに取り組むべきなのか？

そもそもなぜ動画を使ったマーケティングの施策に取り組むべきなのでしょう？

このレポートをお読みになっているあなたも、もしかしたら「情報提供するだけなら文字だけでもいいのでは？」と思っているかもしれません。

ですので、レポートの本題である「5つの間違い」に入る前に、その点について「脳科学」と「マーケティング」の2つの観点から、簡単にではありますが、お話したいと思います。

脳科学からみる動画を使うべき理由

1, ヒトは本能的に「動き」に注意がいく。

ヒトは動くものに注意が引かれる生き物です。あなたも目の端で急に物が動いたら、そちらに気が取られませんか？

敵から身を守り生き残るために、ヒトは本能的に「動き」に対して注意を払う様にできています。犬や猫なども動いてる物を目で追いかける習性があるので、これは動物としての本能とも言えることでしょう。

このことから、動きがない文字よりもヒトは動きがある映像、つまり動画に対して注意がいくため、読んでくれない、聞いてくれない、というリスクを減らすことができるのです。

2, 膨大な量の情報も素早く、そして正しく伝わる。

ヒトは目に映ってる映像の内容を瞬時に認識し、処理することができます。
そして、当然ですが映像を見た方全員が共通のイメージを思い浮かべることができるようになります。

試しにこちらの画像をご覧ください。

↓ ↓ ↓ ↓ ↓



…いかがでしょうか？

この画像をみた一瞬で、スーツ姿の2人の男性が名刺交換をしていること、オフィスらしき場所にいること、黄色の椅子が置いてあること、奥に机があること、机の上にノートパソコンがあること、ガラス張りの部屋になっていることなど、様々な事が認識できたと思います。

さらに、今なら「2人の男性が名刺交換をしている画像」と言われたら、おそらくあなたが思い浮かべるイメージは先ほどの画像ですよ。

これが文字でお伝えしていたらどうでしょうか？

そもそも状況を伝えるために大量の文字数を必要としますし、全く同じ映像をイメージしてもらうのは非常に難しいと思います。

つまり、映像を使うことで、文字よりも遥かにスムーズで、正確な情報発信ができるのです。

余談ですが、実は商品売る時に重要なことの内の1つが、「見込み客全員に正しく価値や情報を伝え、こちらが意図したイメージを浮かべてもらう」ことなのです。

そういった意味でも動画は『売りやすい状態』を作り出すのに、とても役立つツールということなのです。

3, 記憶に残りやすい。

とても単純な話のようですが、ただ文字を読むだけよりも映像を使うことで記憶に残りやすくなります。

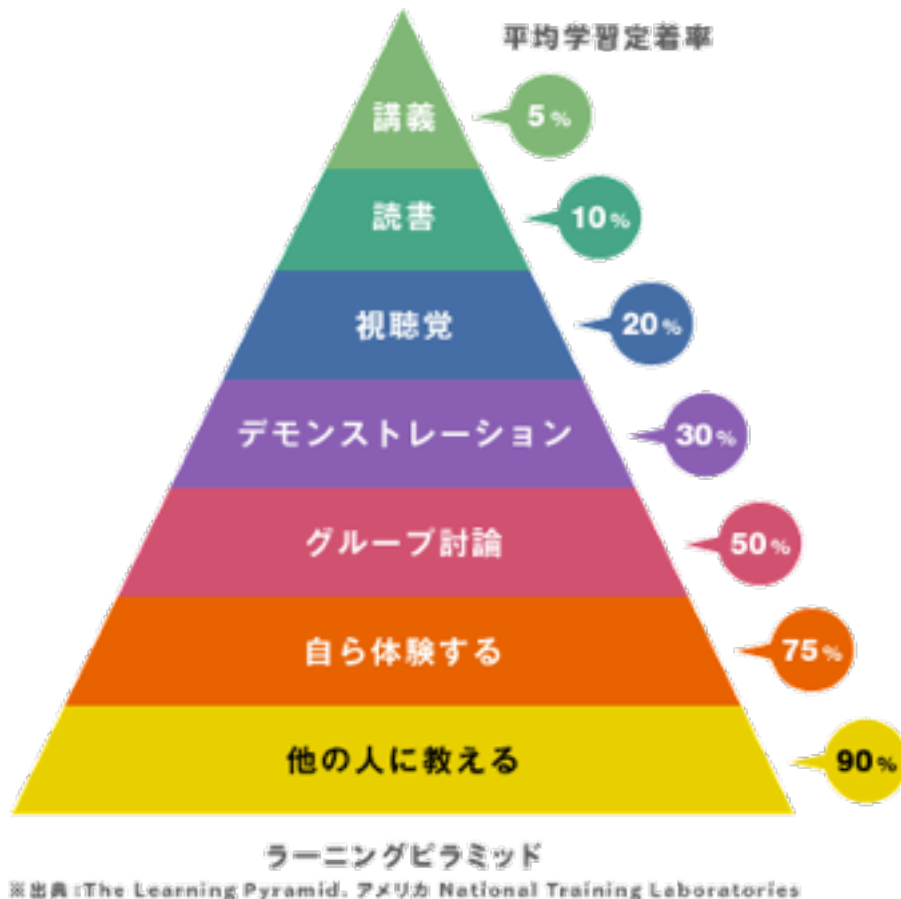
これは、アメリカ国立訓練研究所が提唱する「ラーニングピラミッド」という、記憶定着率を表したもので説明がなされています。

そのラーニングピラミッドによると、ただ文字を読んだだけでは、内容の10%程度しか記憶に残らないそうです。

ですが、動画を視聴した場合には、20%の記憶定着率に上がりますので、文字だけで情報を伝えるよりも2倍の効果が期待できるのです。

ただ、この話を聞いて、もしかしたらあなたは「たった10%の差じゃないか…」
と思うかも知れません。

ですが、商品が売れない大きな原因の1つが『忘れられていること』という事実を
考えると、この10%の差が売上に対して大きな差となるのです。



マーケティングからみる動画を使うべき理由

1, ユーザーの大半が動画を見てる。

Syndacast社(東南アジア最大級の広告代理店)によると、2017年には、インターネットトラフィックの74%が動画になるそうです。つまり、7割は動画を観るためにインターネットを活用するようになるということなのです。

さらに、メールの件名に「video」という単語を使うと、開封率が19%、クリック率が65%も改善されたそうです。

また、FacebookやTwitterなどのSNSで拡散されるコンテンツの大半は、文字コンテンツではなく、動画コンテンツに既になっているのです。

2, Facebookが動画戦略を推奨。

「はじめに」の引用でも書いてますが、Facebookは動画を使うことを後押ししています。

ちなみに、現在Facebook上での動画再生数は日に【80億回】再生されているそうです。少し桁が大きすぎて想像もつかないですね。

ただ、確かに実感値として、Facebookを見てると、動画を使った広告や投稿がどんどん増えているのは感じるのではないのでしょうか？

以上の

-
- 1,ユーザーの多くが動画に関心がある。
 - 2,ライバルは動画を使っている。
-

という2点だけをみても、「動画を使わないことは、戦う土俵に上がらない」ということとほぼ同義だと言うことができます。

3、売りやすい状況を作れる。

脳科学の観点からも「売りやすい状況を作れる」というワードが出てきましたが、マーケティングの観点からも同じことが言えます。

今はネット上で物を買う時に多くの方がレビューやブログで情報を収集しています。そして、その内、96%の人が動画を参考にしている、とアメリカで統計が発表されています。

さらに、動画を参考にしている人のうち58%が、動画を用意している企業や個人をより信頼できると考えているようです。

例えば、あなたの商品やサービスを買うかどうかを迷っている方がいるとします。

その方に判断材料になる動画を見せてあげることで、購入の後押しをすることができ、なおかつあなた自身を信頼してもらえということになるのです。

私達のようなコンサル型ビジネスでは、商品売る時に重要なのが、『信頼関係』です。

「あの人が売ってるなら間違いない」「あの人がオススメしてるから大丈夫」

この様に、見込み客の方からどれだけ信頼を得ているか？が商品が売れるかどうかに影響してきます。

ですので、動画で判断材料を提供し、なおかつ信頼をしてもらうのは、『売りやすい状況』をつくるのにとても有効なことなのです。

以上が、簡単にはなりませんが、「脳科学」と「マーケティング」の観点からみた、動画を使ったマーケティングの施策に取り組むべき理由となります。

動画マーケティングで陥りやすい5つの間違い

ここからは本レポートの本題です。

ここままで、あなたがなぜマーケティングに取り組むべきなのか？その理由をご理解いただけたかと思います。

ですが、ここで闇雲に取り組んでしまうのはとても危険です。

なぜなら、間違った動画の活用をしてしまうと、どんなに時間をかけて一生懸命に取り組んだとしても、その苦労は水の泡になってしまうからです。

今から動画マーケティングで陥りやすい5つの間違いをご紹介しますので、ぜひ取り組む前にご確認をしてください。

それでは、もしあなたが今後、動画マーケティングに取り組もう、と思っている場合には、ぜひ次ページに進み続きを読むてください。

…準備は良いですか？

間違いその1：

【1つの動画ですべてのマーケティング目標を達成しようとしている】

マーケティングというのは、様々な段階にわかれています。わかりやすい様に簡単に例をあげて説明しましょう。

例えば、「まだあなた自身や商品の事を知らない」「ある程度、商品やあなた自身に興味がある」「すでに商品を購入した」というマーケティングの段階があります。

この時、それぞれの段階で伝えるべきことは変わってくるのです。

「まだあなたや商品の事を知らない」のであれば、商品の売り込みの動画を用意したとしても、動画を再生してくれません。

同様に「すでに商品を購入した」のであれば、売り込みの動画ではなく、リピートをしていただけるような、満足度を上げる動画であったりを用意しなくては、動画に見向きもしていただけません。

であれば、商品の売り込み動画を見せるべきなのは、「ある程度、商品やあなた自身に興味がある」という段階の方になります。

つまり、1つの動画で全てのマーケティング目標を達成しようと考えてしまうと、結果的に多くの範囲を取りこぼすことになるのです。



※視聴者の段階に合わせたメッセージを届けましょう！

間違いその2：

【時間が長すぎる動画を作成している】

多くの方が動画を見る理由は、文字を読んだりするよりもわかりやすく、お手軽だからです。ですので、用意した動画の時間が長すぎると、そのニーズを満たすことはできなくなります。

結果として、視聴ページを開いてもらったとしても、最後まで動画を視聴していただけないのです。

Wistia(動画マーケティングを行うためのサービスを提供する)の分析結果によると、視聴者の60%以上が4～5分で離脱してしまうそうです。

もし、あなたが簡単なノウハウやコンテンツの解説をした動画を用意する場合には、ポイントを完結にまとめて、少なくとも10分以内で収まるようにしましょう。

ただ、もちろんこれは、ウェブセミナーやセミナーの録画、価値があるノウハウ動画の場合は当てはまりません。

なぜなら、動画の視聴者は濃いノウハウを求めているので、ある程度時間が長くなってしまってもしっかりと視聴していただけますし、多くの方がそれを期待しているからです。



※ポイントをまとめて簡潔な動画を作りましょう！

間違いその3：

【十分に行動を促していない】

動画を見てもらった後には、視聴者の方に何をしてもらいたいのでしょうか？
“動画を使ったマーケティング”ですので、当然ボランティアではありませんよね。

もし、あなたの動画を見た後に「商品が欲しい」「サービスを受けたい」と思った場合、何をしたら良いかわからなければ、そのまま購入には至りません。

動画を見てもらった後にビジネスに繋げるためにも、「下のボタンをクリックしてアドレスを登録してください」「資料を請求してください」「電話をかけてください」などの明確な行動を視聴者に促しましょう。



※視聴者には明確な行動を提案しましょう！

間違いその4：

【動画を作ることが目的になっている】

この間違いは、間違いその1の「1つの動画ですべてのマーケティング目標を達成しようとしている」と若干重なる部分があります。

動画というのは、あくまで、マーケティング活動につかう『ツール』に過ぎません。ですので、その動画を作ること、どんな目標を達成しようとしているのか？が明確でないと効果を発揮することはないのです。

あなたの動画は、戦略的に用意されているでしょうか？なぜあなたはその動画を作っているのでしょうか？

この答えが明確じゃない場合は、一度立ち戻って、マーケティングの計画を練り直しましょう。



※動画を用意する場合は戦略的に！

間違いその5：

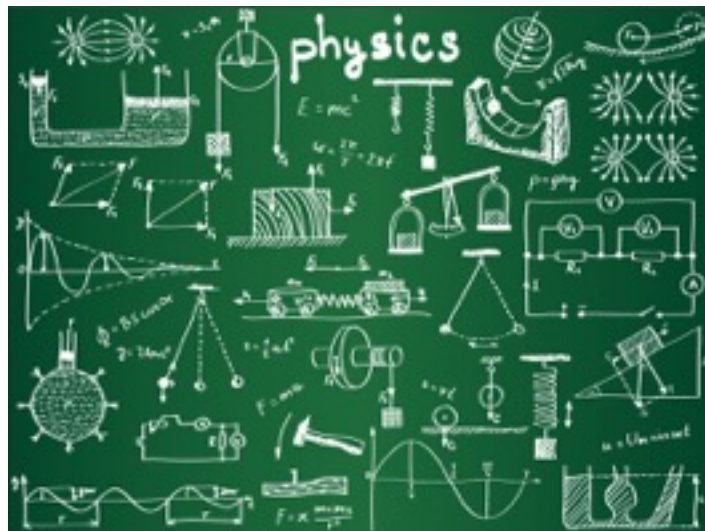
【1つの動画に情報を詰め込みすぎている】

この間違いは実に多くの方がしています。

動画の中に多くの情報を詰め込むのは簡単ですし、情報は多ければ多いほど良い、と考えがちです。

ですが、視聴者からすれば、結局何が言いたいのかがわからなくなるので、退屈させてしまい、動画からの離脱につながる大きな原因となっています。

1本の動画の中には、明確で具体的なメッセージを1つだけ入れるようにしましょう。そうすれば、動画が長くなりすぎることも防げるようになります。



※情報が多すぎる動画はかえって何も伝える事ができなくなります。

最後に…

以上が、『動画マーケティングで陥りやすい5つの間違い』となります。

ここまで読んでいただいた内容は、アメリカの情報を元にまとめたものですが、マーケティング先進国と言われているだけあり、日本で活用されている動画のほとんどは、これらの間違いを犯してしまっています。

ぜひ、このレポートの内容をあなたのビジネスにお役立てください。

ですが、、、

このレポートを読んでいざ動画を活用しようとする、今度は、、、

- ・自分でもできる動画の作成方法
- ・具体的にどんな動画を作ればいいのか？
- ・どんな導線を作れば集客ができるのか？

などなど、具体的な作業レベルで不明なことが多いかもしれません。

もし、あなたがそう思っているのであれば、ぜひ、現在オススメの動画制作方法を確認してください。iPhoneでもプロ仕様の動画を簡単に制作できる方法が公開されています。弊社の社内用マニュアルとして使っている教材ですので、非常にオススメです。

[<<ここをクリックして教材を確認する!!>>](#)