超動画SEO

Copyright by Suneight Co.,Ltd All rights reserved.

王道の WEB マーケティングが通用しなくなる日は近い!?

時代は
自社メディア

インターネットを使った全ての集客において
これからの時代は動画コンテンツを使った
自社メディアでの集客が主流になっていきます。

運用型広告は競争が激化し、広告費も高騰。
思った成果もあがらなくなった今、無料の
動画共有サイト YouTube を攻略し、まずは
YouTube で自社サービスを知ってもらい、
そこからターゲットに合った SNS へ促しながら
ブランディングをしていくことが、これからの
Web 集客の鍵になっていきます。

なぜ動画なのか？

ネット上の**トラフィックの90%が動画から**になるであろう。Google副社長 兼 YouTubeグローバルヘッド（当時）であるロバート・キンコー氏が発した言葉は世界のインターネットユーザーに衝撃を与えました。

出典：www.thetimes.co.uk

Google は現在 YouTube に莫大な力を注いでいます。

2020 年、通信規格が 4G から 5G に移行したら、いよいよ大動画時代が訪れます。現段階での検索結果は動画やホームページ、ブログなどの媒体が混じり合っていますが、近い将来、ブログやホームページの検索順位が大きく下がる可能性があります。

動画のメリット

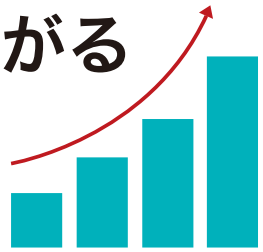
① 圧倒的情報量の多さ

1 分の動画はなんと 180 万言語 Web ページ 3,600 ページ分のテキスト情報と同じ情報量を伝えることができ、動画は圧倒的に情報を伝えられるコンテンツ。

② 記憶と理解が高まる

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によると、文字を読んだ時の記憶定着率は 10%に対し、動画を視聴した場合では 20%になると言われている。

③ コンバージョンが上がる



購買に繋がる

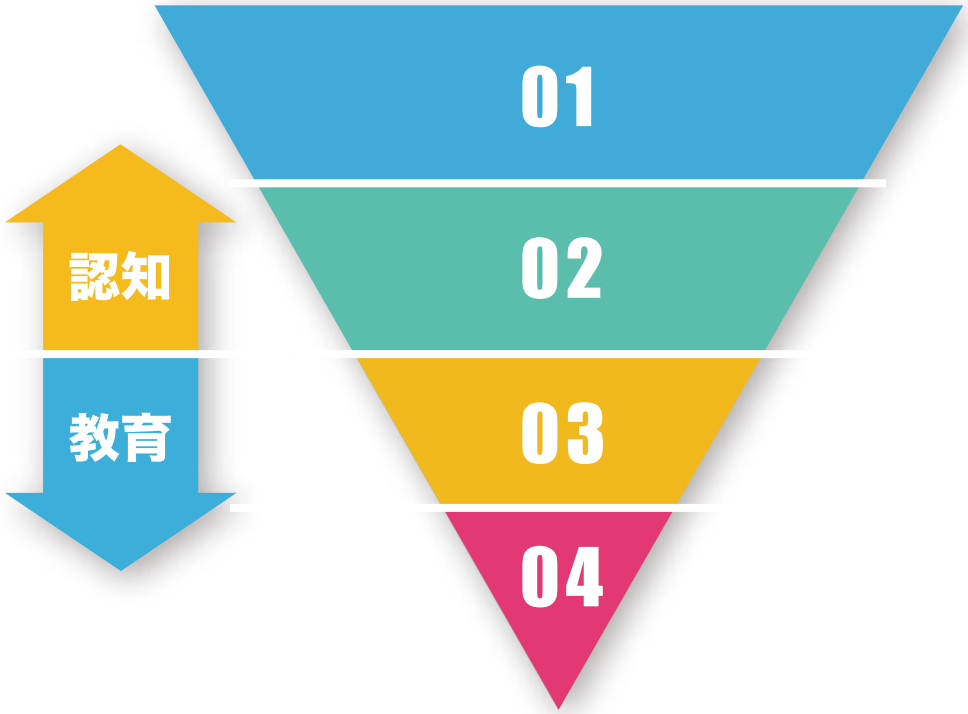
バナー広告：4%　　動画：9%

動画の方がバナーよりも 2.2 倍購買に繋がる。

YouTubeは世界で２番目の検索エンジンであり、動画を上げ続ければ、完全なエバーグリーンローンチである。

※エバーグリーンローンチとは
24 時間・365 日・自動的に売り上げをあげられる手法

YouTubeで集客が出来る理由!!



YouTube の強みとして筆頭に挙げるのは、
YouTube は認知と教育を
同時に出来る唯一の SNS だということ。

01：ターゲット層

認　知

自社の顧客となりうる見込客・潜在客に
リーチを行い、認知してもらう。

02：顕在顧客層

興　味

自社に興味関心を持ち、WEB サイトで
情報収集を行わせ、関心度を向上させる。

03：検討層

検　討

購入・導入を決めており、どの会社に
するか比較検討を行なっており、最後の
一押しが必要。

04：顧客層

問 い 合 わ せ

認知だけでは人はお金を払いません。
教育された顧客層から
質の高い問い合わせに繋がる。

2019年、SNS市場

数あるSNSの中で、なぜYouTubeが優れているか？

■Facebook（利用人数：2,500万）

Facebookは2018年より個人の発信するビジネス投稿よりも、
有料広告を使うビジネス投稿を優先するようにアルゴリズムを調整している。
フェイク広告問題により審査も厳しくなり、広告審査に通らない場合が多く
なっている。そもそもFacebookは外部リンクを嫌い、FB内で完結
させようとする媒体。友達上限も5,000人のため、広がりにも限界がある。

■インスタグラム（利用人数：3,000万）

Instagramは Facebook社の傘下であり、基本的には写真のメディア。
認知は出来るが教育には向かない媒体。※若年層、特に女性に人気。

■ツイッター（利用人数：4,200万）

Twitterは140文字が上限のメディア。
投稿型はすぐに記事が流れてしまい、投稿し続けないと集客ができない。

■LINE（7,000万）

LINE社はLINE@を使ったプロモーションを排除していく方針を固めているそうです。
能力開発、セミナー、ネットビジネス含めアカウントが消されるという話も浮上している
くらい不安定です。2019年4月18日の料金改正に伴い、大量に登録者（リスト）を
保有している企業は、より多くの経費がかかる様になり、売上が上がっても利益が
出ないという状況が発生すると予測されます。

■記事コンテンツ（利用人数：測定不可）

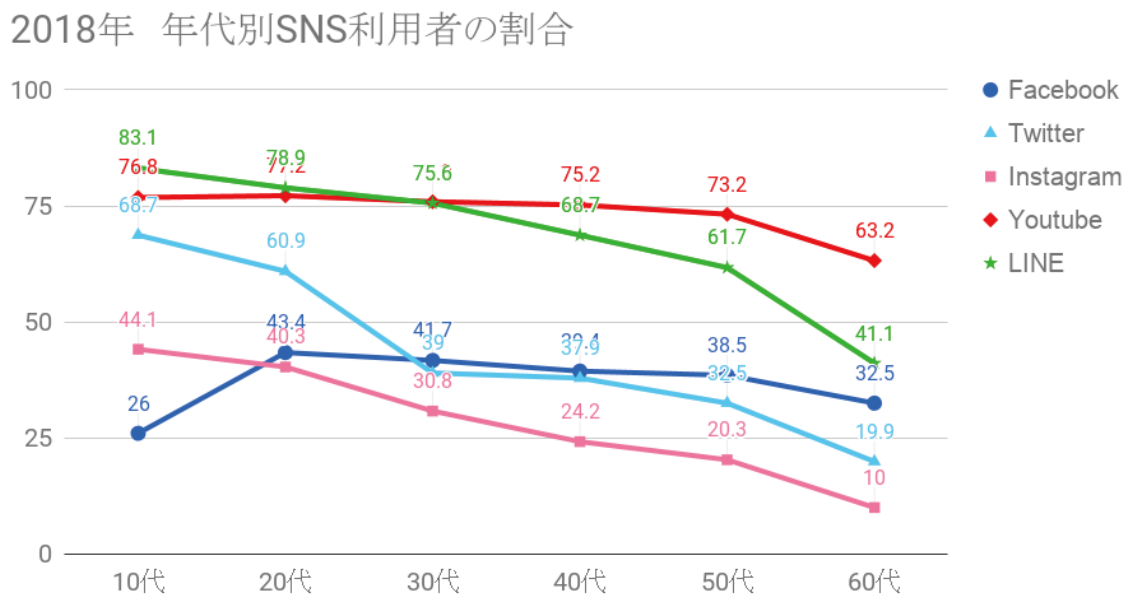
2020 年の実用化に向けて動いている５G。5G が普及することで、いよいよ大動画時代が始まります。
SNS などで短いテキストを読むことが多い若い層が、どんどん長文を読まなくなる傾向があり、長い文章のコンテンツは離脱率が高くなります。海外のデータではシニア層も動画をよく見ており、シニアの活字離れも危惧されていると言われています。つまり、いまブログや記事コンテンツしかやっていなければ、どんどん取り残される可能性が高くなります。
もちろん、オウンドメディアは弱くなるとは言え、これからも残るメディアの一つですが、YouTube をつかって更に多くの流入を増やし、しっかりと育成しておけば、将来も安定的に収益を伸ばせるようになるのです。

■YouTube（利用人数：8,200 万）

多種多様な情報発信メディアが存在する中
あえて YouTube を薦める理由は
他の媒体にはない、全年齢、全性別、全時間帯
BtoB、BtoC、無形、有形などの商品を関係なく
全ジャンルカバー出来るのは YouTube だけです。

そして
人が集まるところにお金を
かけるのは必然です !!

さらに YouTube の凄いところは
例えば、『沖縄』の情報収集をしていたのに
気づいたら花の映像を見ており、30 分後には
歌を聞いているという Google 検索では
ありえない行動が YouTube では起こりうるのです。



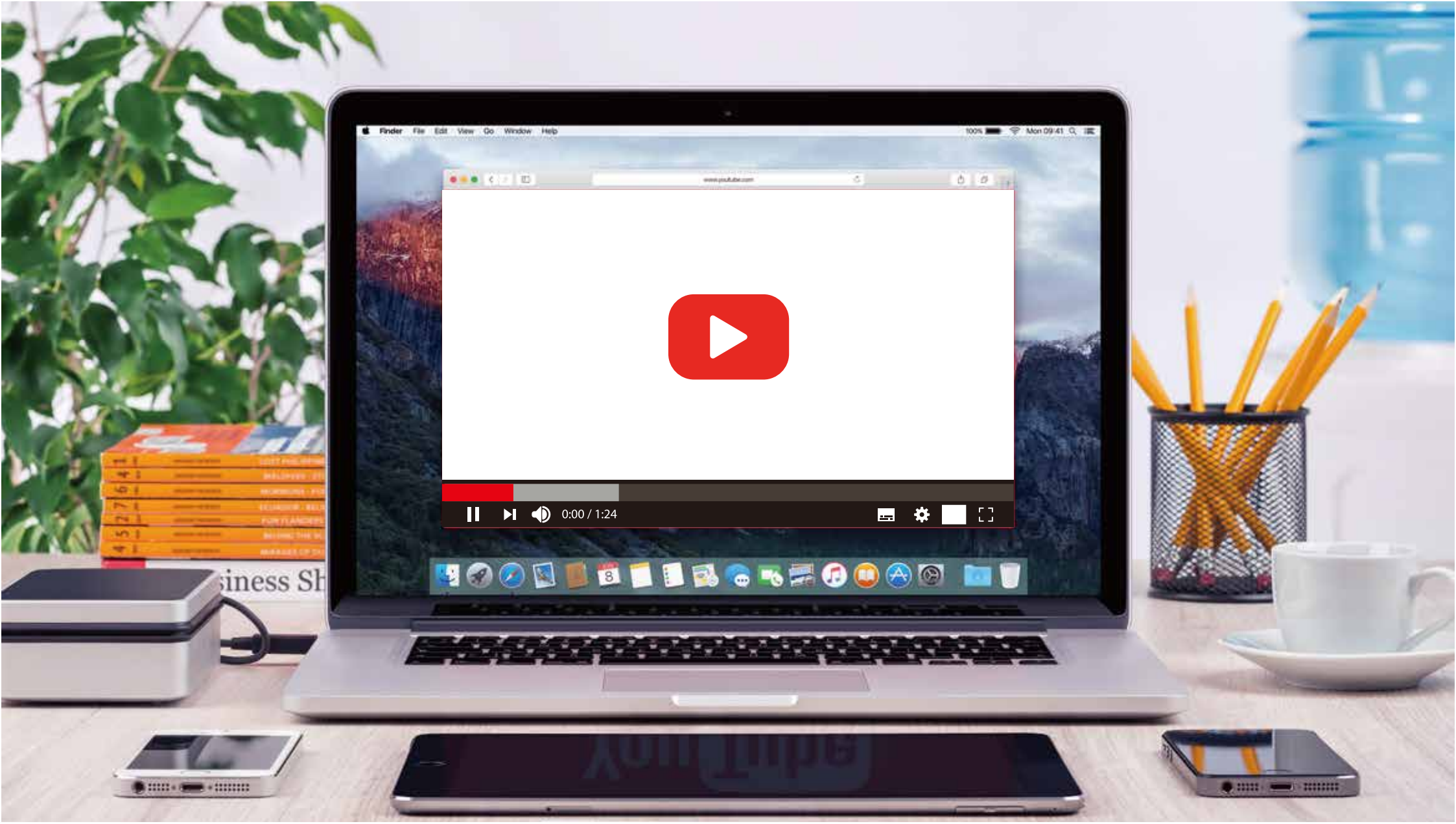
競合他社も動画の必要性は感じている !!

現在、競合が動画を使いこなせているか？
答えは No だと思います。

なぜなら、

・大変
・難しそう
・お金がかかる
・思ったより売り上げが上がらない
・そもそも何から始めていいかわからない

など、足踏みしているのが現状だからです。
ならば今がチャンスです !!!



YouTubeチャンネル活用事例

実例紹介①　大学受験 武田塾

中小規模の学習塾が全国規模に！
きっかけは YouTube でのお悩み解決 !!
大手に負けない **“独自の”** プロモーション術。

大学受験を主とした学習塾は、大手をはじめ、ライバルがとても多い業界。
他の競合に負けないプロモーション方法として YouTube チャンネルを開設。
カリスマ講師のブランディングにも成功し、売上が２年で７倍と劇的に向上。

課 題

一般的な手法では予算や知名度の関係で充分な成果をあげる事ができなかった。

そのため、他社が行なっていない全国的なプロモーション方法を模索していた。

リスティングやバナー広告の場合、予算を多く使える大手の方が有利。

解決手段（YouTube活用）

競合他社がまだ取り入れていなかった YouTube を使い、受験生に向けた Web 番組を制作。

元々、塾業界に精通しているスタッフではないため、受験生や保護者といった**受験生目線でのコンテンツに仕上がり、着実にファンが増加し、知名度向上に繋がった。**

悩みが解決し継続的に見てもらえる。

効果・成果

運用にも慣れ、現在は７番組を配信するまでに成長。

また、カリスマ講師のブランディングにも成功し、保護者からも安心感を持たれ、問い合わせ数、入塾率が向上。

売上が2年で 7 倍

校舎数が2年で 3 倍

実例紹介②　資格スクエア

ニッチなサービス業こそ**YouTubeを使え!!**
雰囲気を伝えるのに動画コンテンツは相性抜群 !!

資格スクエアは士業に特化した業態のベンチャー。ニッチ業界のため、幅広い層にリーチする広告などはコストパフォーマンスが悪く、想定しているような成果を上げられずにいました。チャンネルを開設し、番組を配信したことで知名度、問い合わせ、入塾率ともに向上しました。

課 題

ニッチビジネスを展開しており、バナー広告やリスティング広告などの運用型プロモーションを行なっていたが、成果が頭打ち。打開策を検討していた。

解決手段（YouTube活用）

業態として映像授業が主流であったが、同業他社を含め YouTube がブルーオーシャンだったため、思い切ってチャンネルを開設。

YouTube にノウハウを上げ続けることで、信頼度が上がり、オープンマオンドで**サービス内容を伝えることができ、共感が得られた。**

継続的にコンテンツを UP することで知名度も上がった。

効果・成果

知名度が上がり問い合わせ、入塾率ともに UP。

セミナーへの登壇や、本の出版依頼までオファーあり。

開始1年で

問い合わせ数 20%UP

入塾率が 40%UP

YouTube マーケティングが向いている業種

お金を払ってでも解決したい問題が解決できる業種

・医者　・弁護士　・水道屋　・塾　・ジム（ダイエット）…等

競合他社が参入して来る前に、YouTube 内で業界 TOP シャアをおさえ、
パイオニアになって上位表示をおさえてしまえば、大手とも戦えます。
二番煎じはとても弱く、巻き返すには、かなりの時間とお金を消費します。

YouTubeを使いこなすのは至難の技!!

YouTube マーケティングは上手く行かない人がほとんどです !! その理由として

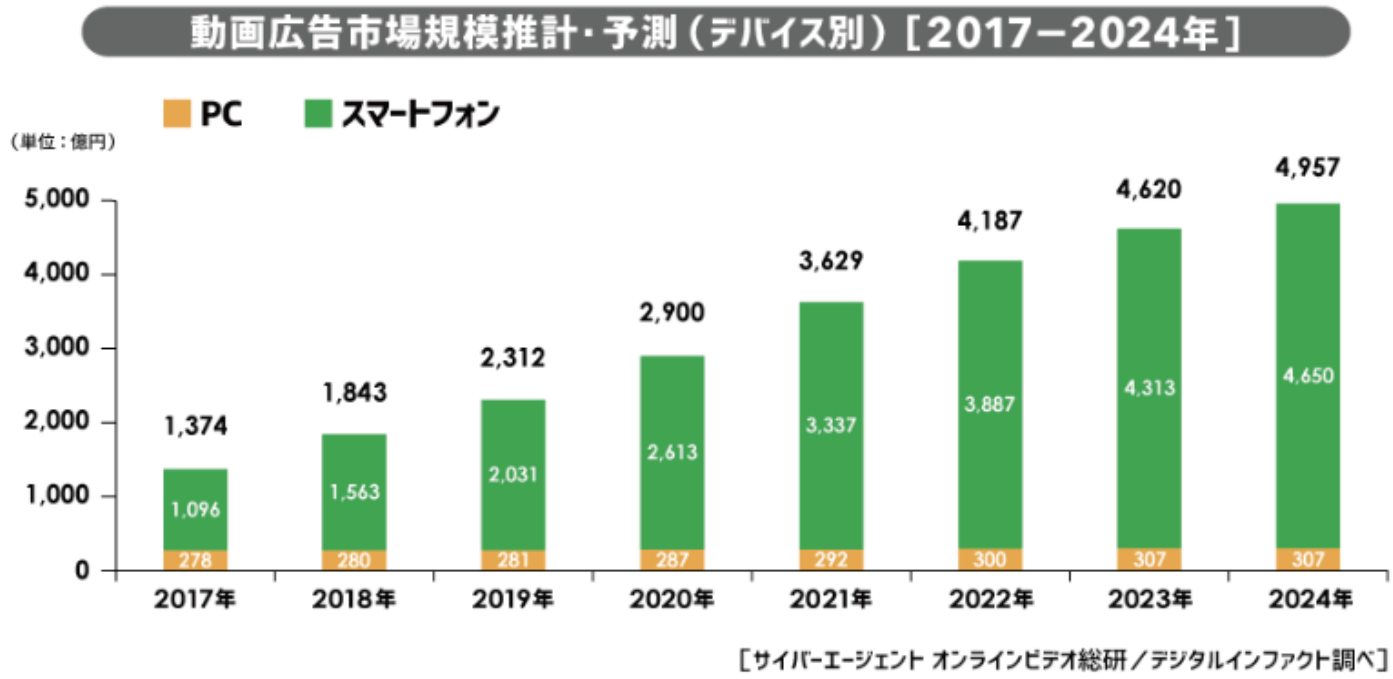
・具体的にどうしたら良いかわからない。
・どういう動画が集客に繋がるのかわからない。
・アルゴリズムがコロコロ変わるため、運用仕切れない。

YouTube は闇雲に動画制作し、アップするだけでは集客には繋がりません。
YouTube でファンを集めるには一定の法則があり、多くの実績とそのノウハウを持っている弊社と手を組むことで成果を上げるまでの時間を短くできます !!

2 年以内に動画市場は今の 8 倍 !?

YouTube 用に制作した動画でも、ただ YouTube にアップロードしただけでは
もったいない。2 次利用、3 次利用、考え方次第で無限の使い道。

広告運用
公式サイトへの埋め込み
LP
Facebook
Twitter
Instagram
ブログ
メルマガ
オウンドメディア
社員教育
研修まで



これから使い道はもっと増えていき、費用対効果はさらに高くなる !!
情報がありすぎる昨今で、良い商品だから売れる。ではない。
いかに人の目につくか、意識に残るか、で売り上げが左右する時代。

Suneight の強み

動画制作と YouTube 運用とでは、**ノウハウが全く異なります。**
Suneight は制作会社としてのバックボーンを持ちつつ、YouTube での企業アカウントの運用について、日本一多くの実績を積んでいます。

弊社では、打ち合わせ〜撮影、編集、解析までを専任の担当が受け持つ事で、社内での部署ごとの伝達の手間を極力省き、ワンオペレーションによる大幅なコスト軽減を実現しています。

導入の流れ

STEP 1

① ヒアリング

まずはお客様のサービスに関して詳しくお聞かせください。
目的やライバル会社等、弊社規定のオリエンシートを記入いただきます。

STEP 2

② チャンネル開設

専任の担当者をつけ、記入いただいたオリエンシートをもとに業界の動向や競合を調査し、目的やターゲットにあったご提案をさせていただきます。

STEP 3

③ 撮影・編集

撮影は弊社スタジオ又はお客様指定の場所へ担当カメラマンが伺います。
撮影後、動画のテイスト等相談しながら編集しテストページに UP します。

STEP 4

④ 校正・公開

テストページに UP した動画をご意見をお伺いしながら修正を加えます。
専門的な知識もありますので、お客様の校了後、動画を公開いたします。

約一ヶ月

STEP 5

⑤ コンサルティング

公開した動画からトラフィックなどを解析ツールを使い、今後どのような動画を公開していけば良いかのアドバイスさせていただきます。

ライバルと差別化を図る上で YouTube がいかに優れた市場であるかを紹介してきましたが…

動画をアップロードしただけでは検索結果で上位表示されません!!

『YouTube チャンネル運用』に関する
ご相談は下記までご連絡下さい。

Suneight

社 名	株式会社 Suneight（サンエイト）
所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿 2-15-22 Landwork 新宿ビル 4F
T E L	03-6709-9300
設 立	2013 年 10 月 31 日
代表者	竹内 亢一
事業内容	■YouTube 専門の動画・映像制作 ■YouTube に特化した動画マーケティング支援