

VIDEO JOURNAL

リード獲得に繋がる 動画マーケティング戦略

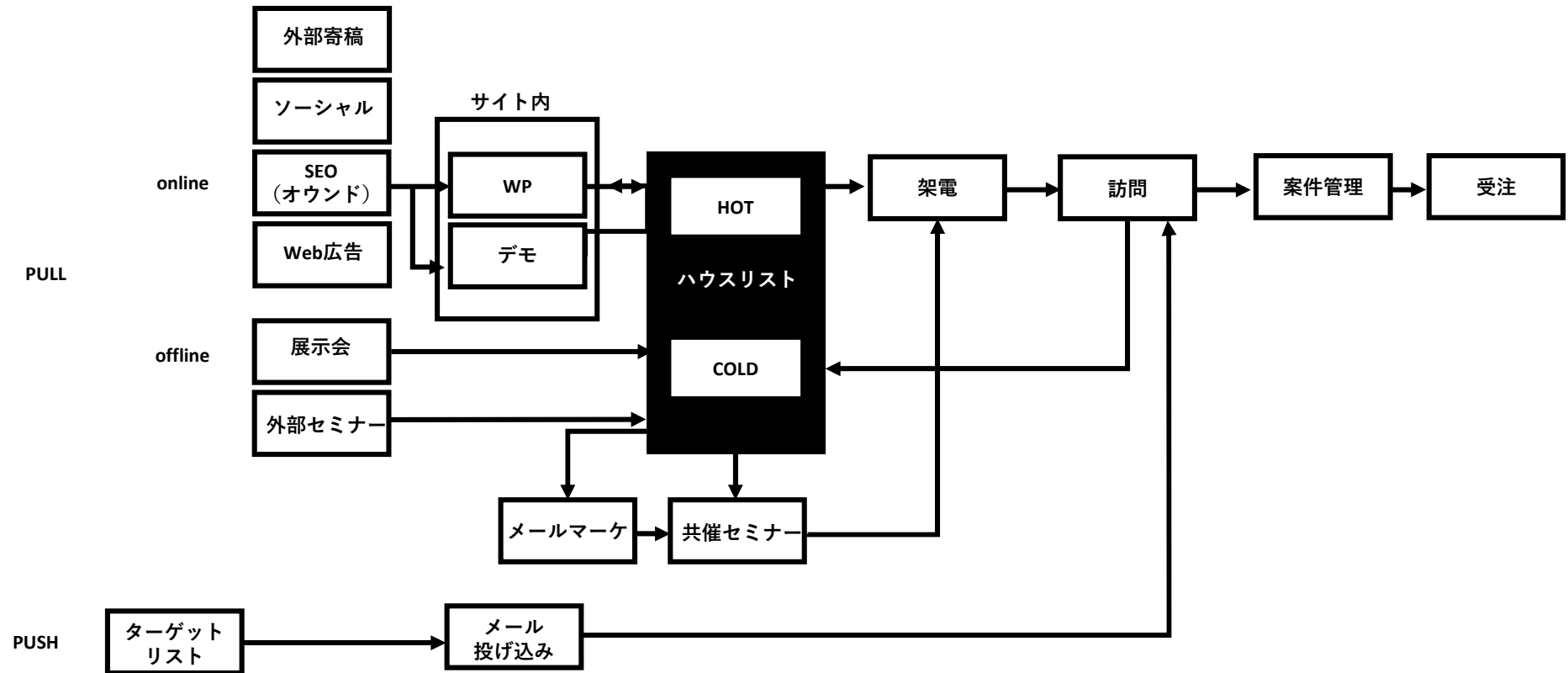


動画の印象、イメージ

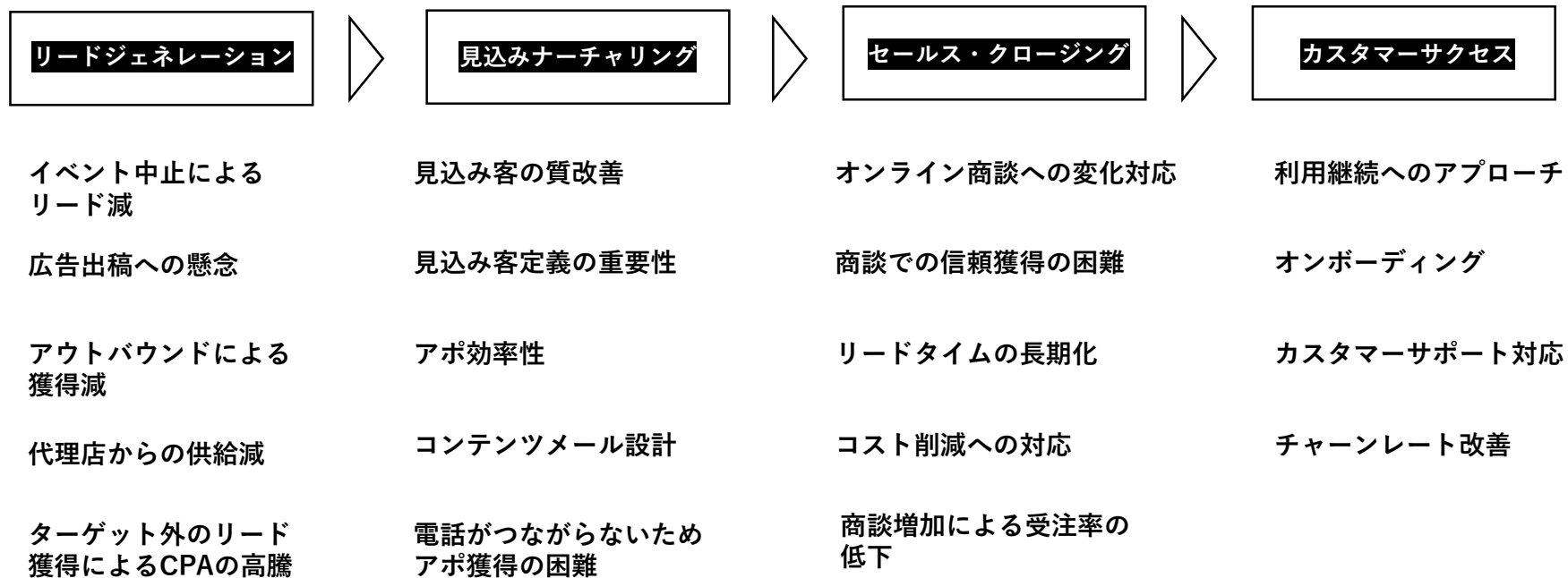
**動画マーケティング＝認知、想起向上
リード獲得にはつながらないのでは？**

BtoBでリード獲得するための大事な視点

マーケティング全体像



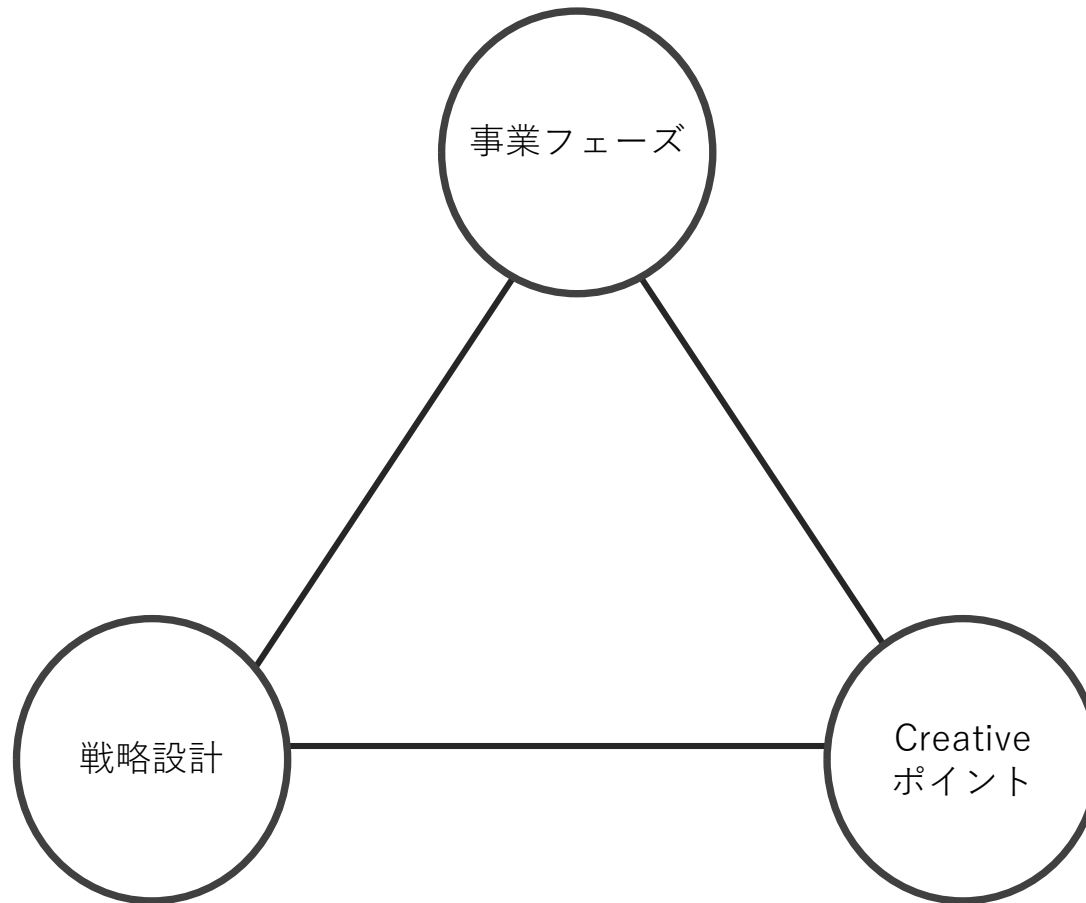
toBにおけるオンラインマーケ・セールス課題（一例）



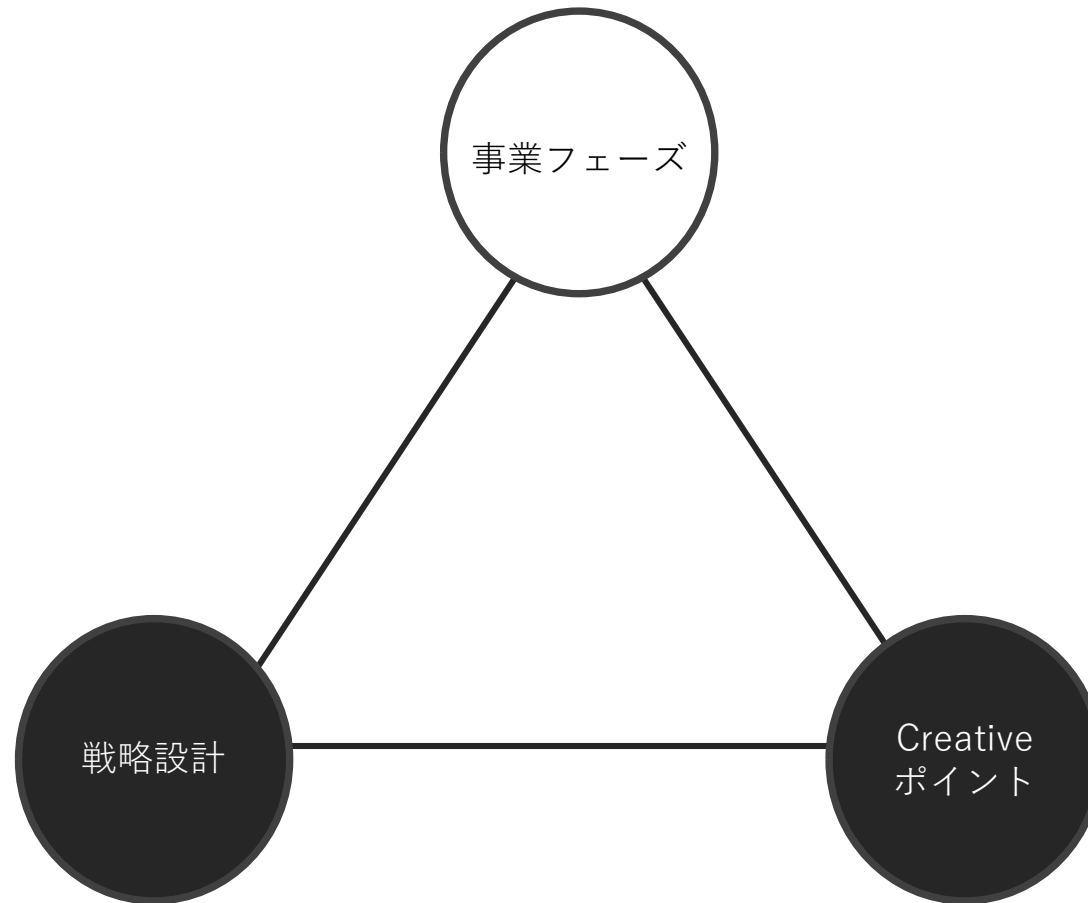
動画マーケティングの際に大事なこと

どこの何を解決するための動画か細かく設定できていますか？

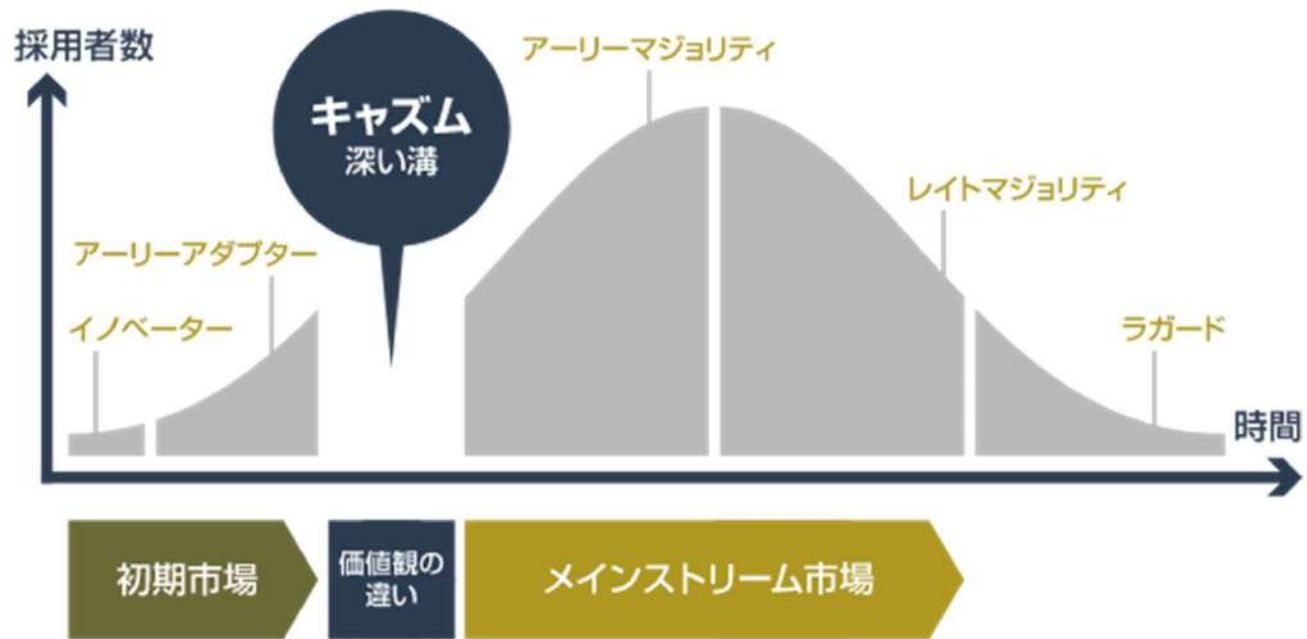
リード獲得するための大事な視点



リード獲得するための大事な視点

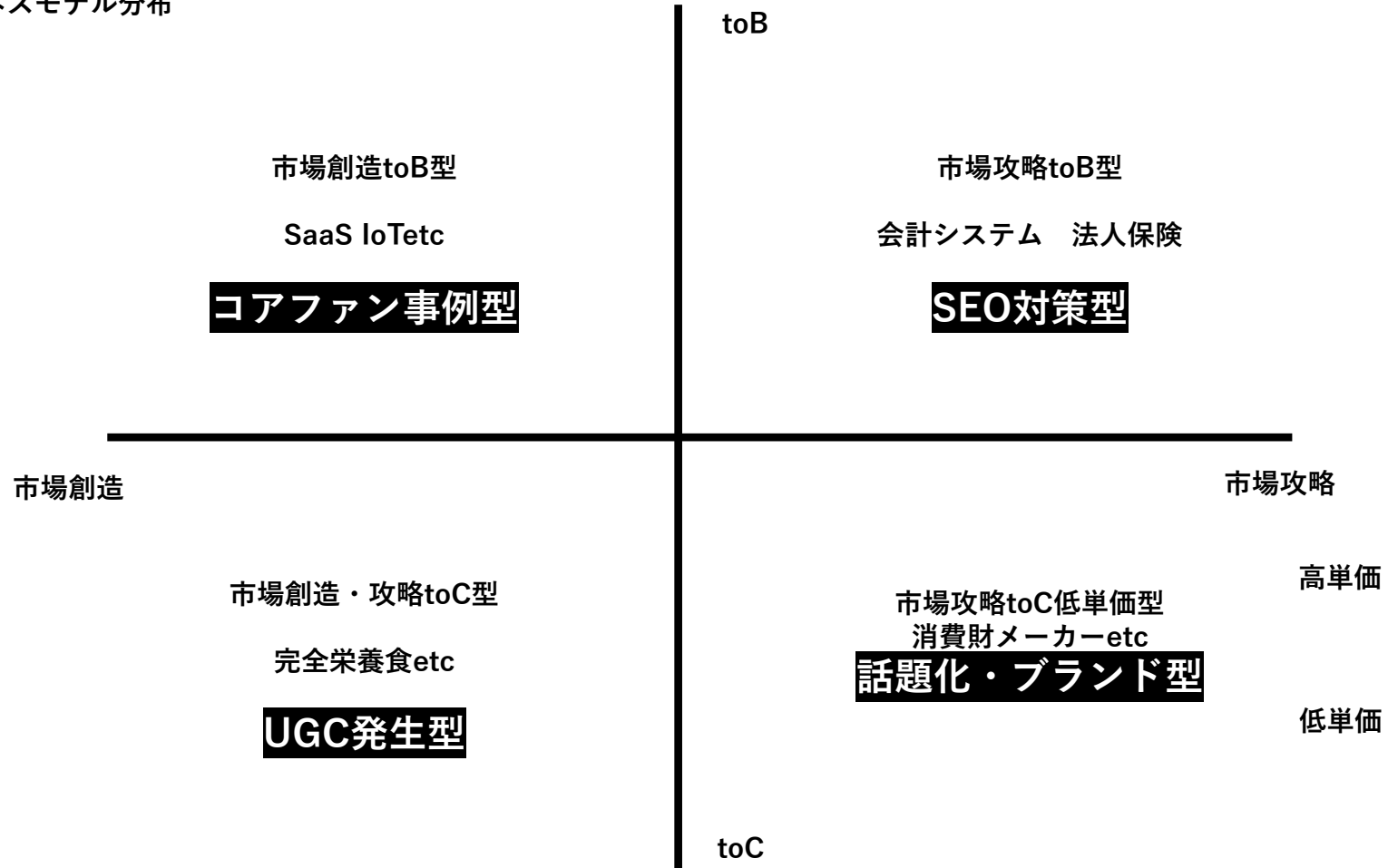


キャズム理論

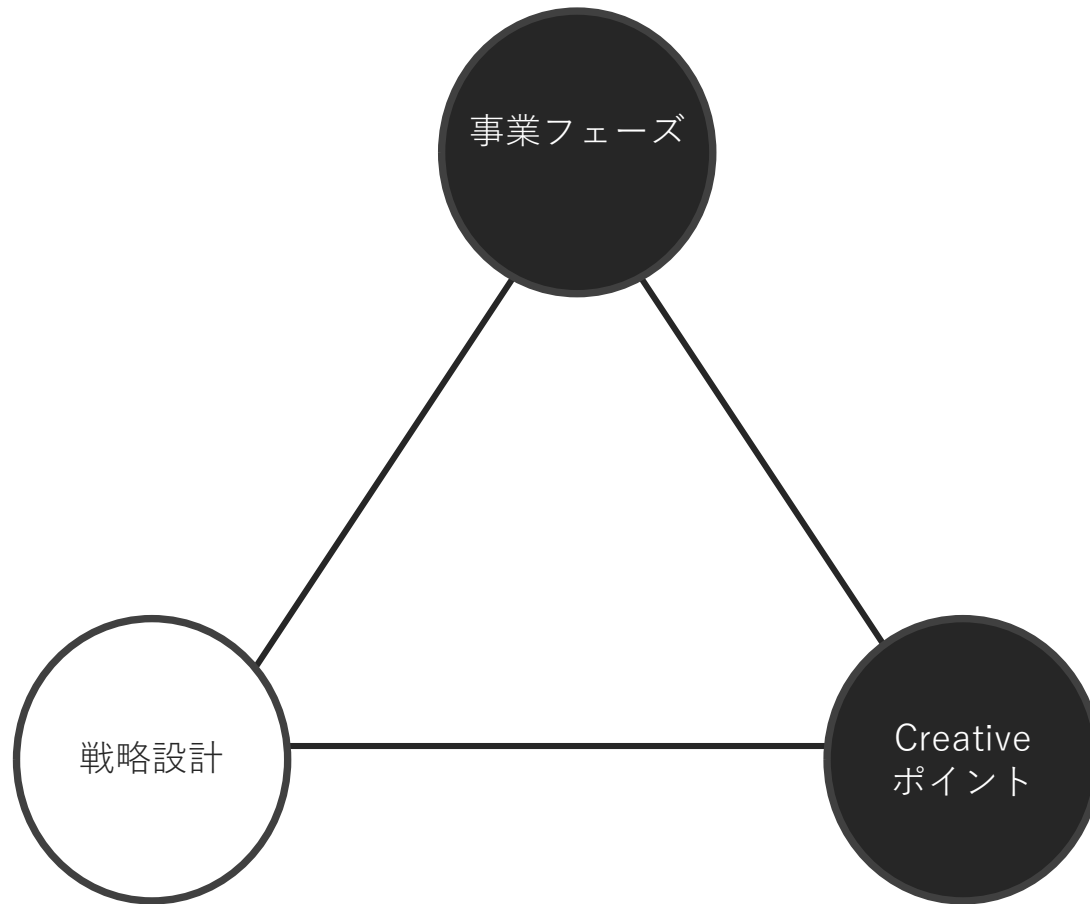


事業には「市場創造型」と「市場攻略型」の2つがある

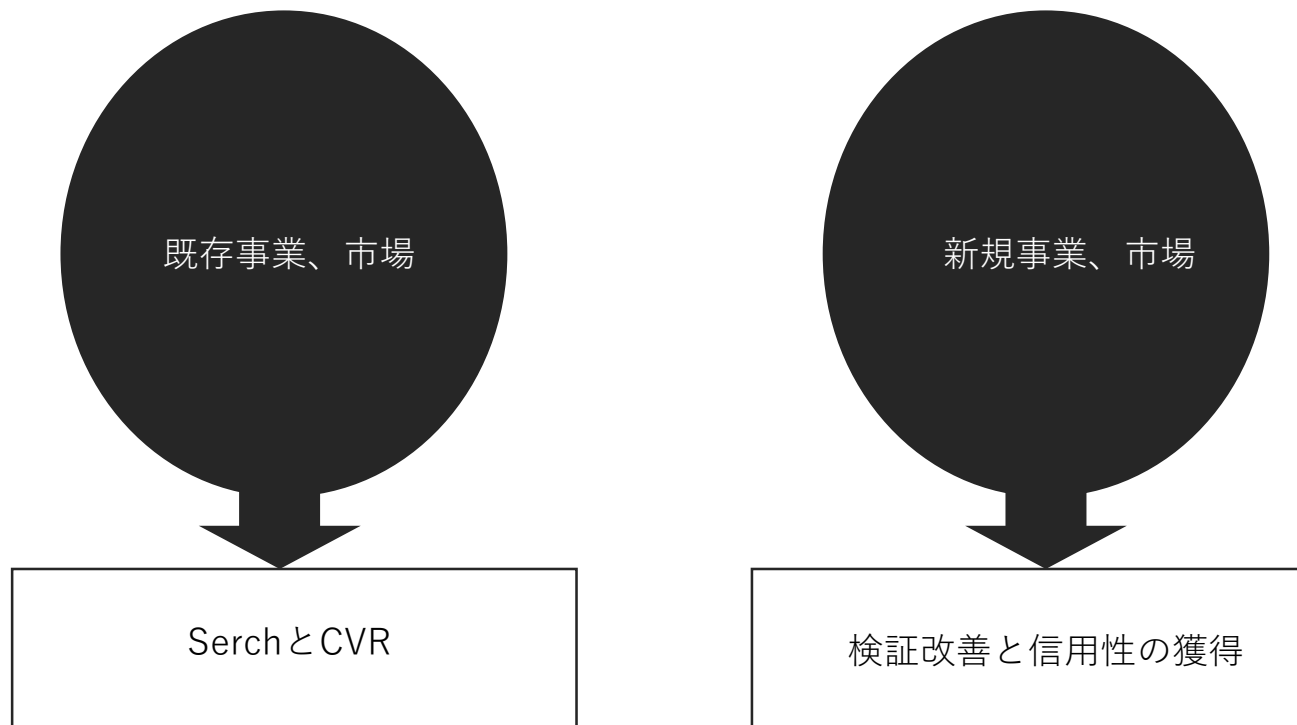
ビジネスモデル分布



リード獲得するための大事な視点



戦略設計



実際の事例

ほけんのぜんぶ様



法人保険メディアを運営
法人保険キーワードはとっていたものの
特にセッションの多い法人保険 節税ページのCVRが悪かった

結果

セッション時間	1:23 → 3:42
直帰率	80% → 75%
CVR	0.72% → 2.08%

コスト数十万円で大幅なパフォーマンス改善

重要キーワード動画対策



(参照 : <https://moz.com/mozcast/features>)

SEOコンテンツ改善



検索対策

SEO対策
(基本はCVKW中心)
上記に紐づくミドル
ワード対策

重要キーワード
ページ流入
・CVR改善

サービス紹介動画



広告KW~LPO改善

パフォーマンス
指数ページ改善

説明動画



被リンク対策

インタビュー動画



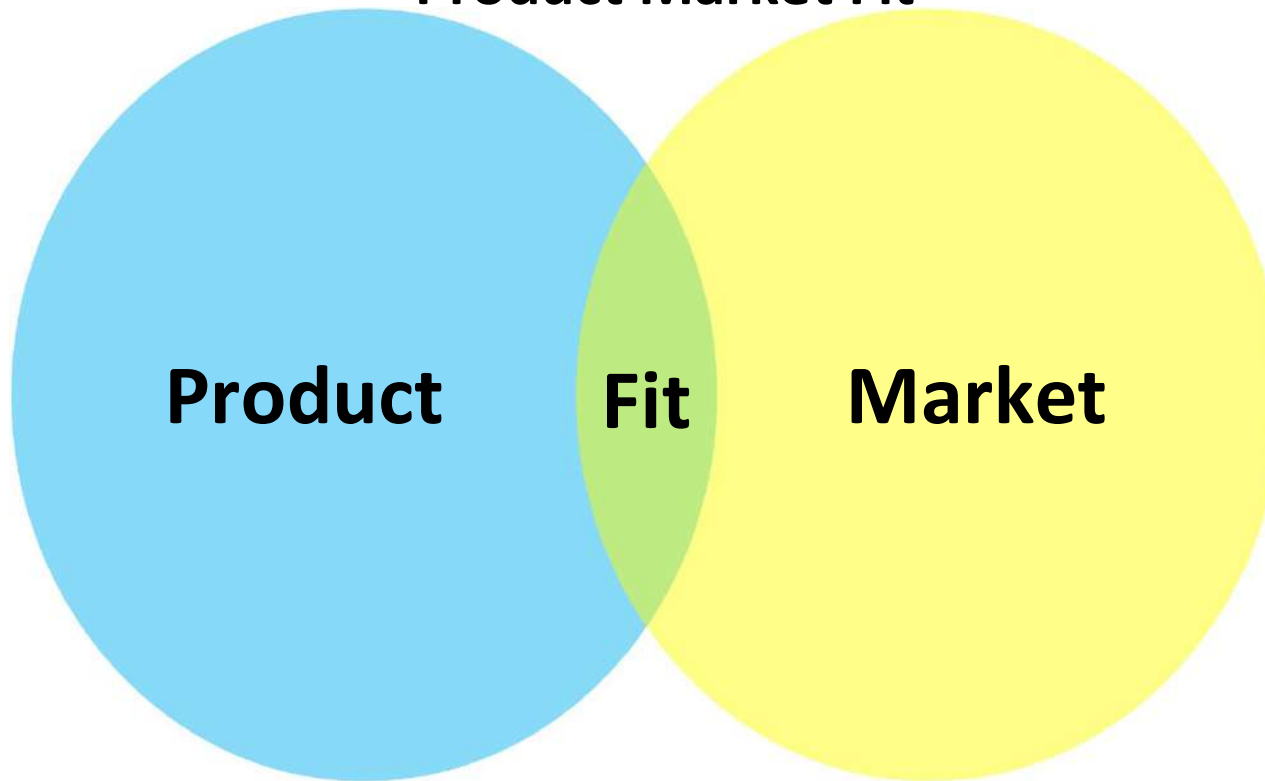
ブランドワード
対策

WEBCM
タクシー広告



新規市場において

Product Market Fit



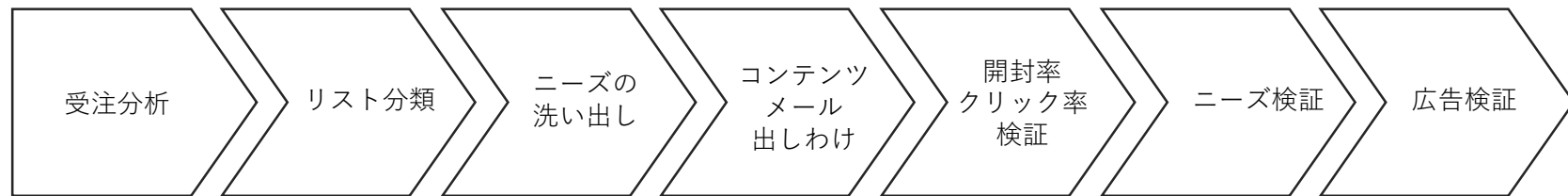
つまり市場を満足させるプロダクトが
提供できていること

新規市場において

何よりもまずはターゲット検証

ターゲット検証の順序

自社にある程度ハウスリストがある場合



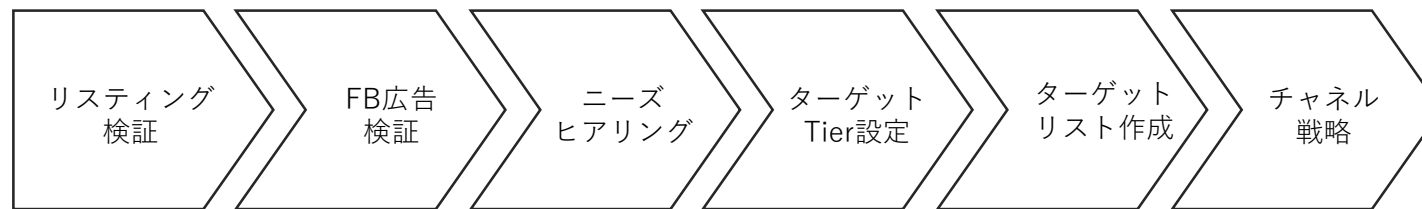
予算に多少余裕があるのであれば動画広告（アニメーション15s）で
ABテストを行う

広告のCPA改善→リマケでの動画広告活用
（動画 CPA9,574円／バナー CPA40,567円）

広告のCTR改善→ディスプレイでの動画広告活用
（動画 CTR4.27％／バナー CTR0.91％）

ターゲット検証の順序

ハウスリストがない場合



予算に多少余裕があるのであれば動画広告（アニメーション15s）で
ABテストを行う

広告のCPA改善→リマケでの動画広告活用
（動画 CPA9,574円／バナー CPA40,567円）

広告のCTR改善→ディスプレイでの動画広告活用
（動画 CTR4.27％／バナー CTR0.91％）

新規市場において

次に重要なのが「信頼性」の獲得

信頼を獲得するために



プロダクト

成功事例の獲得

スピーカー
ブランディング

営業の効率化

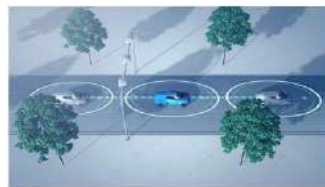
広告展開

インタビュー動画

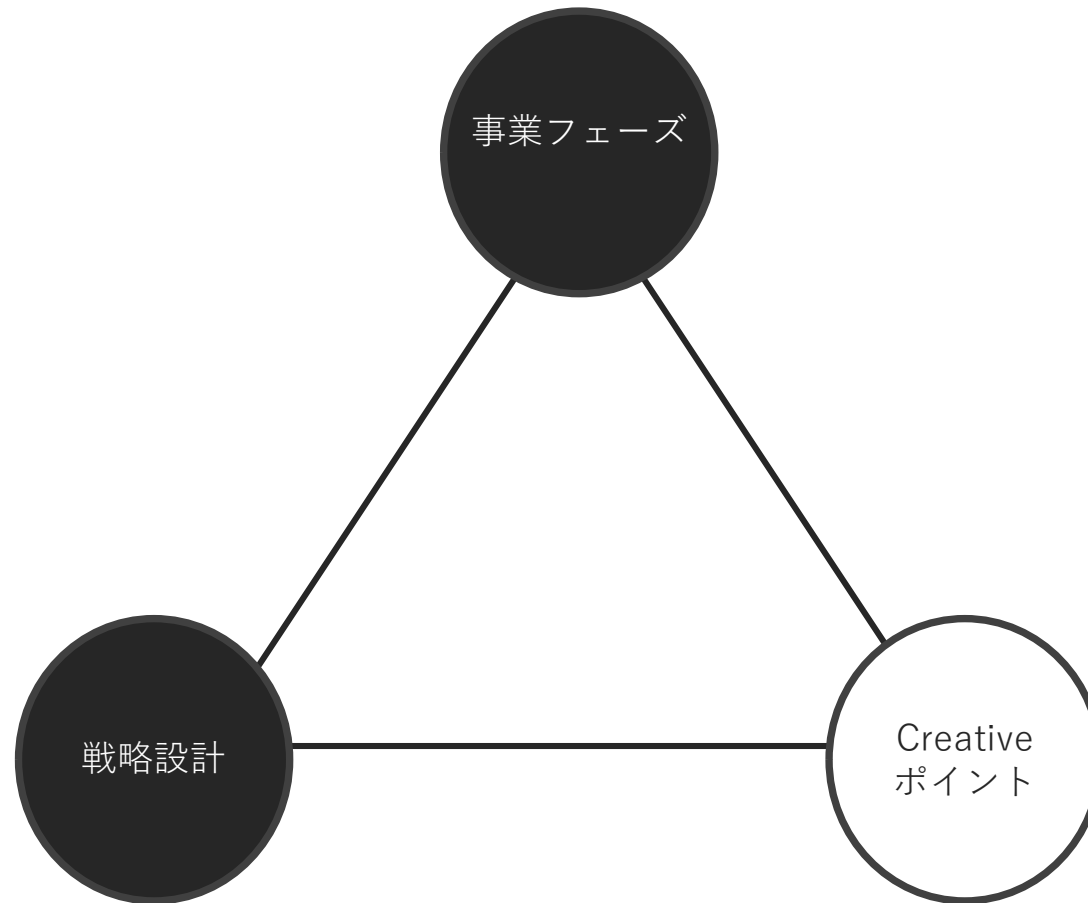
ビジョン動画

サービス紹介

WEBCM



リード獲得するための大事な視点



デジタルにおける動画creative

1 デジタル動画の作法を知る

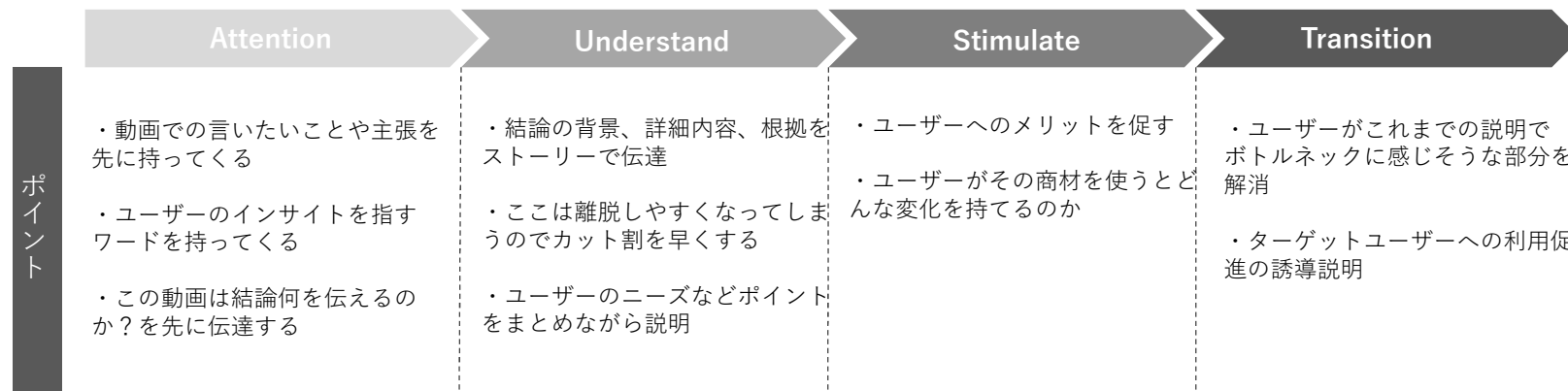
まずはデジタルで視聴されやすい動画の作法があるので
その構成や作法を知る。狙うKPIは完全視聴率

2 データを元にしたcreative

ユーザーニーズを極力データから抽出し
Creativeに反映させていく

デジタル動画の作法

重要なことは**完全視聴率**



コンテンツ動画極力60~90秒以内に収めていく



Heatmapからシナリオを作成する



ユーザーが熟読しているエリア
ユーザーがクリックしているエリア



ユーザーが気になっている、興味関心を持っているエリア



この箇所を作法に合わせて
シナリオコンテンツ化していく
or
動画広告での訴求ポイントに反映させていく

広告データからシナリオを作成する



ユーザーインサイトを探るため
複数の訴求パターンでABテスト



CTR、CPC、CVRそれぞれのデータを
検証し、パフォーマンス良いものをpic



この訴求内容に合わせて
動画広告やコンテンツクリエイティブに
反映させていく



CTR0.95
CPC505円



CTR3.36
CPC160円

インタビュー動画のポイント

1. 事例の最大の特徴：顧客を最も引き付けるシンプルなメッセージ
↓
2. 顧客企業の概要：規模とビジネスの内容
↓
3. 顧客企業の課題：顧客ビジネスの状況
↓
4. 自社サービスの選定理由：なぜ選ばれたのか？
↓
5. 導入効果：当初の課題がしっかり解決されていること＋定量効果
↓
6. 追加のダメ押し効果：想定外の効果、更に良かったこと

右脳（ゴールイメージ）



左脳（根拠）



右脳（ゴールイメージ）

サービスのご紹介



動画で企業のVISIONを実現する

SHOW THE CORPORATE VISION



動画制作

VIDEO DIRECTION



クライアント様



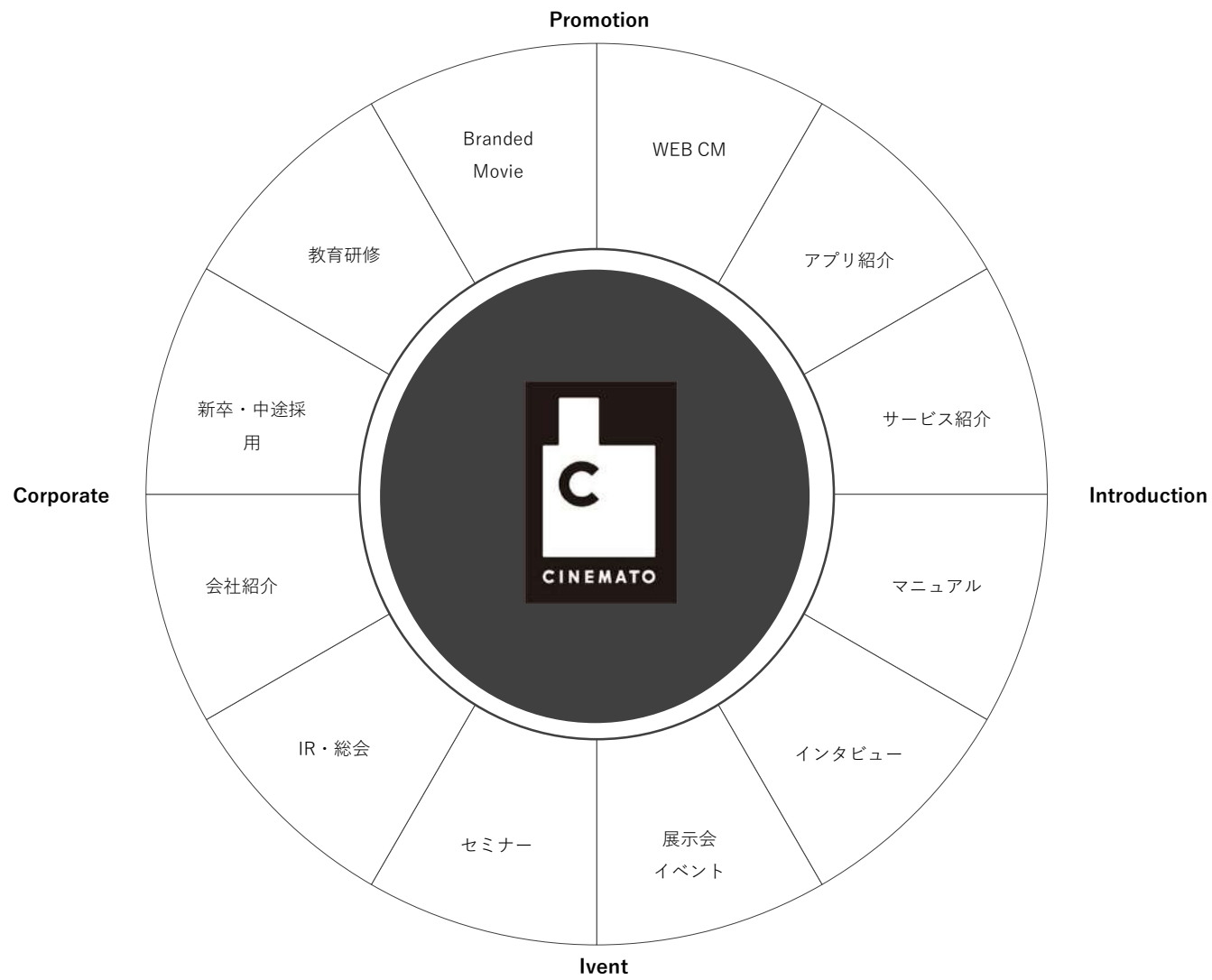
CINEMATO

弊社プロデューサー
Team



100名以上の
登録クリエイター

これまで1000本以上Web動画を制作してきたプロデューサーTeamが
お客様のサービス、ビジネスを徹底理解し、ユーザーに届くクリエイティブを実現します。
また、アニメーション、CG、実写、キャスティング、ロケーションetc動画制作に
関わる全ての業務を一貫して承ります



Chief producer TEPPEI SHIOGUCHI



新卒でデロイト・トーマツグループに入社。
その後、株式会社ブルースを共同創業、取締役に就任。

大手、メガベンチャー企業を中心に多数のwebマーケティング
プロデュースを手がける。アドテック関西では、
動画マーケティングについてのスピーカーを務める。
2017 youtube ads leaderboard 下期受賞

現在株式会社EXIDEA（エクシディア）にて、
取締役CMOとして、クライアントのグロースハック、
社内の事業開発を行っている。

【Client work】
ジャパンネット銀行

TSUTAYA

富国生命保険

損保ジャパン日本興亜ひまわり生命

デンソー

JINS

タイムズ24

ロコンド

アトラエ 等



Producer SHUN MIYAHARA



動画ベンチャーに入社後、最年少でマネージャーへ就任。

大手、メガベンチャーを中心に多数の動画マーケティングプロデュースを務める。

現在株式会社EXIDEA（エクンディア）にてアカウントプランナーとして、動画マーケティングをはじめ、運用型広告、コンテンツマーケティング等、フルファネルで、クライアントサポートを実施している。

【Client work】

freee

キヤノン

JAL

同志社大学

メディアケア生命

メディーバ

ハウス食品

NEC 等



Producer TAKASHI KUMAGAE



新卒でデロイト・トーマツグループに入社。
その後、株式会社ブルークスの創業期にジョイン。

大手企業を中心にwebCM、e-Learningコンテンツ制作等、
年間約80本のプランニングを手がける。

現在株式会社EXIDEA（エクシディア）にて、
アカウントプランナーとして、動画マーケティングをはじめ、
運用型広告、コンテンツマーケティング等、
フルファネルで、クライアントサポートを実施している。

【Client work】

野村ホールディングス

ファーストリテイリング

コカ・コーラボトラーズジャパン

ビズリーチ

船井総合研究所

NTT

JCB

サイボウズ 等





商号	株式会社EXIDEA
代表取締役	小川卓真
住所	〒104-0032 東京都中央区八丁堀4-2-2 ヒューリック京橋イーストビル 7F
電話番号	03-5579-9934
設立	2013年5月27日
LOS ANGELS OFFICE	23825 Anza Ave. #149 Torrance, CA
BANGKOK OFFIC	117/2 Soi Sukhumvit 55(Thonglor), Sukhumvit Rd, Klongton-Nua, wattana, Bangkok 10110
TAIPEI OFFICEE	台湾台北市中正區北平東路16號4樓之一
お問い合わせ	03-5579-9934 http://emma.tools/