

## セッション2. 感情を動かす5つのパーツ

### 2-2. 「ストーリー」のパーツ

「CBカレッジ」です。

重要な事実をお話しします。

自分が言いたいことを一方的に言うだけのビデオは見てもらえません。

どんなに時間をかけて作っても、どんなにお金をかけてプロに編集してもらっても、それだけでは最後まで見てもらえないのです。

当たり前ですが、まずビデオを見てもらわないことには、ビデオプロモーションは機能しません。

ビデオを見てもらうために、もっとも効果的な方法、それは……

ストーリーを語ることです。

ただストーリーを語るだけで、ビデオを最後まで見て貰える確率が、一気に跳ね上がります。

例えば……YouTube を見ていると動画広告が再生されることがありますよね？

何か見たい動画があっけ楽しみにしているときに、急に動画広告に割り込まれると、誰だってあまりよい気持ちはしませんし……

正直に言って、すぐにでもスキップしたくなると思います。

そんな動画広告でも、最近はブランド名や商品名は出さずに、いきなりストーリーで始まるものが増えています。

人はストーリーが始めると、続きが気になって見続けてしまうのです。

それくらい、ストーリーには強い力があります。

ビデオプロモーションの場合、見込み客はあなたのビデオに興味を持ってから見始めているわけですが……

そこでビデオの内容に一気に引き込むために、ストーリーを使いましょう。

すでにあなたも、少なくとも1つはストーリーを持っていますよね？

それが……

あなたのノウハウの、発見のストーリーです。

そのノウハウは偶然発見したのか？

それとも何年も研究した末に開発したのか？

または、メンターから教わったのか？

これがビデオプロモーションで語る、メインのストーリーになります。

では、それをどうやって表現すればいいのでしょうか？

実をいうと、あまり難しく考える必要はありません。

なぜなら、小説や映画などのように完成度の高いストーリーを作る必要はないからです。

あくまでも、あなたの言葉で表現することが大切です。

基本的なストーリーの構成の仕方としては……

まず、実際に起きたことや感じたことを、時系列順に書き並べていきます。

そして、全体を見渡した上で、足りないものはないか、または話の本筋とは明らかに関係ないものが含まれていないかをチェックします。

そこまでできたら、あとはビデオスクリプトとして書きましょう。

それと……

ここでは私が使っている、ストーリーの鉄板パターンを紹介します。

「起承転結」の4段階に分かれているのですが、それぞれの要素を丁寧に埋めていくだけで、見る人を一気に引き込むようなストーリーができあがります。

起：「現状」

最初は「見込み客の現状」に近いところからスタートします。

なぜなら、自分と似た人の話のほうが、ストーリーに引きこまれやすいからです。

プロモーションを行う、あなた自身が主人公になるのがベストですが……

無理なら、お客さんなどの第三者を主人公にしてもかまいません。

どんな願望を持っているのか、または、どんな不満を持っているのかを、できるだけ詳しく書き上げます。

### **承：「失敗の連続」**

願望を実現したり、不満を解消するために、どんな行動をしたのかを書いていきます。

ただし、この段階ではまだ「成功」はしません。

むしろ、「失敗の連続」について書いてきます。

どんなことを考えて行動したのか、うまくいなくてどう感じたのか、などを言葉で表現していきましょう。

### **転：「最初の成功」**

いよいよ、ここからは「成功体験」を話します。

成功のきっかけになるのは、メンターとなる人物との出会いや、偶然の発見などです。

メンターとなる人物からどんなことを教わったのか……

また、どんな出来事から新しい方法を発見したのかなどを書いてきます。

### **結：「再現性の証明」**

最後に書くのは、「成功の連続」についてです。

新しい方法を知ったことで、主人公が何度も成功を繰り返したり……

また、別の人にその方法を教えて、同じように成功することを確認します。

つまり、成功体験があなたにも再現できるということを書きます。

これが、ビデオプロモーションの内容やあなたの商品につながってくるわけです。

以上が、「起承転結」の鉄板パターンです。

ストーリーの書き方に迷ったら、この4つのパートに合わせてまとめてみてください。

それと、ストーリーを魅力的にするのは……

意外かもしれませんが、「人間臭さ」です。

感情的な部分や、一見どうでもいいような部分も含めて、細かいディテールを表現していきましょう。

そうすることで、見込み客をビデオプロモーションに引きこむことができます。

## 「ストーリー」を見つけ出す質問

---

### 質問1

見込み客の現状と、ストーリーの主人公の過去に共通点はありますか？どんな不満を持っているのか、どんな願望を持っているのかを思いつく限り書き出してみましよう。

## 質問2

主人公が願望を実現したり、不満を解消する前に、どんなことを考えて行動しましたか？また、うまくいかなくてどう感じましたか？具体的な言葉で表現してみましょう。

## 質問3

主人公はどうやって「成功」を掴み取りましたか？メンターとなる人物とどのようにして出会って、どんなことを教わりましたか？また、偶然発見したことはありますか？

## 質問4

主人公はその「成功」を繰り返すことができましたか？また、主人公が教えたことで、他の人を成功させることができましたか？「成功」の再現性を表す事例を書き出してみましょう。

続いてはこちらのセッションにお進みください。

# 2-3. 「ベネフィット」のパーツ

CBカレッジ