

セッション 3. 関心を引きつける 5つのパーツ

3-2. 「ニュース」のパーツ

「CBカレッジ」です。

ビデオプロモーションでは、商品を発表するギリギリのタイミングまで、「売り込み」だと思わせないことが重要です。

というのも、ビデオを見るのにも時間がかかるからです。
忙しい見込み客の時間を割いて見てもらうわけですが……

最初から売り込みがあると分かっていると、なかなかビデオを見る気にはなれません。
ビデオから売り込みっぽさを無くすのに効果的な方法は、ニュース性を持たせることです。

人は、新しい情報に価値を感じます。

テレビでも、雑誌でも、インターネットの記事でも、常にニュース性のある話題が注目を集めていますよね。

新しい情報のためだけにお金を払う人もいるくらいです。

そこで、これから作るビデオにもニュース性を取り入れましょう。

さらに、ビデオのタイトルも、そのニュース性を反映したものにすることで、見込み客の関心をひいて、ビデオを見てもらうことができます。

例えば……

- ・最新の研究成果や新発見
- ・社会問題になっていること
- ・アンケートや調査の結果
- ・有名人の発言
- ・事件や事故
- ・議論を引き起こしていること

などの中から、ビデオプロモーションのテーマに合うものを見つけましょう。

では、具体的にニュースをどうやって探せばいいのでしょうか？

私のオススメのニュースソースは、大きく分けて2つあります。

1つ目は、雑誌です。

あなたの見込み客が読みそうな雑誌をチェックしてみてください。

雑誌は通常、有料で販売されています。

ですから、見込み客がお金を払ってでも知りたいと思うような最新情報がまとめられているわけです。

見込み客が読みそうな雑誌を数冊読むだけでも、効率よくリサーチができるでしょう。そして、もう1つのニュースソースは、インターネットの記事です。

こちらは、雑誌に比べると記事の質はまばらになりますので、良いものとそうでないものを見分ける必要があります。

ただ、Yahoo!ニュースや Google ニュースなどを使えば、キーワードで検索をすることができるので……

知りたいニュースをスムーズに探すことができます。

雑誌にもインターネットの記事、どちらにもメリットがありますので、うまく使い分けてみてください。

それと……

ビデオプロモーションを行う時に、

一気にリサーチをするというやり方もありますが……

やはり、普段からあなたのビジネスに関連したニュースはないか、アンテナを張っておくことが大事です。

「ニュース」を見つけ出す質問

質問

あなたのノウハウに関連するニュースはありますか？ 思いつく限り書き出して、最も見込み客の関心を引くことができるものを選びましょう。

続いてはこちらのセッションにお進みください。

3-3. 「他との違い」のパーツ

CBカレッジ