

セッション 4. 関係構築の 4 つのパーツ

4-3. 「質問」のパーツ

「CBカレッジ」です。

ビデオプロモーションでは、一方的に自分の言いたいことをいうだけではなく、見込み客の声を聞くことも重要です。

こちらのメッセージを伝える手段はビデオやメールなどがあります。

では、それに対して見込み客の声を集めるための手段はというと……

ビデオページの「コメント欄」です。

ビデオの中で「質問」を投げかけて、コメント欄に書き込んでもらいましょう。

質問を投げかけるべき理由は、大きく分けて3つあります。

1つ目の理由は、見込み客にビデオプロモーションに参加しているという意識を持ってもらうためです。

ほんの一言でも書き込むことで、「一貫性の原理」が働きます。

つまり、「ビデオを見てコメントまで残したんだから、これは私にとって重要なことだ。だから、次のビデオも見ないといけない」と思わせることができるのです。

2つ目の理由は、見込み客の生の声を聞いて今後の参考にするためです。

それ以降のビデオやセールスで使うメッセージを、見込み客の心により響くものにするには、見込み客が実際に感じている事を知っておく必要があります。

場合によっては、すでに作成済みのものでも修正する必要性に気づくかもしれません。

コメント欄に集まった書き込みはきっと今後の参考になるでしょう。

3つ目の理由は、集まったコメント自体が「社会的証明」になるからです。

集まったコメントは誰でも見れる状態にしておきましょう。

ビデオプロモーションが盛り上がっているという証拠になります。

以上、ビデオプロモーションで質問を投げかけるべき3つの理由をご説明しました。

もちろん、批判的な書き込みをされると怖いから、コメントを集めないという選択肢もあります。

ですが、これまで話してきたようにコメントを集めることのメリットはとて大きいのです。

ビデオプロモーションでコメントを集めないのはもったいないと思います。

では、コメントを多く集めるためには、どんな質問をすればいいのかというと……とにかく見込み客が答えやすい質問を考えましょう。

「あなたは何歳ですか？」など一言で回答できる質問でもいいですし、選択肢の中から選んで番号だけ書き込んでもらう形式でも構いません。

とにかくハードルを下げて、書き込んでもらうことが目的です。

そして、質問をするときに「その他、気になっていること、不安に感じていることなど、なんでも構いませんので、自由に書き込んでください。」などと添えておきます。

こうやって、自由に書き込んでもらうことで、生の声を集めることができるのです。

「質問」を見つけ出す質問

注：「質問」を見つけ出す質問は、全体の構成とビデオの内容が決まってから行いましょう。

質問

今回のビデオのテーマに関して、見込み客が答えやすい質問を考えてみましょう。

続いてはこちらのセッションにお進みください。

4-4. 「回答」のパーツ

CBカレッジ