

## セッション 6. ビデオプロモーションの始め方

### 6-2. ビデオを見てもらうメール戦略

「CBカレッジ」です。

最後は、見込み客に送るメールの書き方についての解説です。

ビデオプロモーションにおいて、メールにはどんな役割があるのでしょうか？

メールの役割は、一言でいうと……

「ビデオプロモーションの流れをコントロールすること」です。

見込み客に1本ずつ順番にビデオを見てもらって……

最終的にセールスを行うまでの流れは、メールによって作られます。

そして、作ったビデオをどれだけ多くの見込み客に見てもらえるかは、メールに記載するビデオページの URL のクリック率次第です。

ここでは、クリック率を徹底的に高めるために、メールの書き方の4つのポイントをお話しします。

#### ポイント 1：ビデオを送るメールの本文は長くしすぎない

情熱を持っている人ほど、メールの本文を長く書いてしまいがちです、もちろん、熱い思いを込めて書くことは大事なのですが……

ビデオページへの URL を送るメールでは、あまり多くのことを伝え過ぎないようにしましょう。

なぜなら、メールを読むだけで疲れてしまうと、ビデオまで見る気がなくなってしまうことがあるからです。

本当に大事なことはビデオの中で話しているはずなので……

メールの文面は、あくまでも URL をクリックさせるための、短くて文面にしましょう。

そのビデオを見ることでどんな得があるのかをストレートに伝えたり……

好奇心を刺激すると、クリック率が高まります。

すでに「ベネフィット」のパーツや、「予告」のパーツのリサーチシートを埋めていると思いますが……

そちらで書いた内容が、メールの文面のベースになるはずです。

## ポイント2：繰り返し伝える

せっかく書いたメールも、見込み客が開いてくれなければ意味がありません。

そして、見込み客も毎回全てのメールを開いて読むわけでは無いのです。新しいビデオを公開した時など、見込み客にリンクをクリックするという行動を促す場合は……

最低でも2通のメールで、繰り返し伝えましょう。

1通目のメールでは先ほど伝えたような短い文面で新しいビデオを公開したということが分かるように……

そして、2通目の繰り返し伝える時は、「もう見ましたか？」というメッセージを添えて伝えましょう。

ビデオを公開するごとに2、3通のメールを送る形で、全体のスケジュールを考えると良いと思います。

## ポイント3：「予告」をする

ビデオだけでなく、メールの文面でも「予告」を入れましょう。

意外に思われるかもしれませんが、予告することでクリック率が上がります。

大事なものは、日時を伝えることです。

「〇月〇日の〇時頃に送るメールで、新しいビデオを公開します」と伝えておくことで……

内容に興味を持っている人は、その時間に届くメールをチェックしてくれます。

毎回のメールで日時を予告する必要はありませんが、重要なタイミングでは予告することを忘れないで下さい。

以上、メールに記載するビデオページの URL のクリック率を高めるポイントをお話しました。

なお、この3つのポイントは、セールスのメールを送る時にも使えます。

ビデオプロモーションの最終段階で、販売ページの URL を記載したハードセルのメールを送ると思いますが……

その時にもこの3つのポイントを意識してみてください。

さて……

最後までこの教材を見ていただいてありがとうございました。

あなたのビデオプロモーションが大成功することを祈っています・・・とここで終わるのはもったいないと思います。

せっかく動画プロモーションを学んだのですから今すぐ実践してみましょう！

なにで実践するのか？

それはR事業ですね！

紹介者の方に具体的なやり方をお聞きください。

または、セミナーや会員サイトなどで学んでどんどん成果を出してくださいね。

みんなで「Rを世に羽ばたかせよう！」



CBカレッジ