

株式会社ピーシー・ブレイン 047-311-6677

☆今月のメニュー

□活用講座

動画コンテンツの活用

動画の利用方法

動画コンテンツの用途は実に様々です。使い方や工夫次第でいろいろな可能性があります。その一部を追加でご紹介します。

・動画マニュアル

製品やサービスの利用方法を、実際に操作している様子の動画を使って説明するものです。

特にWeb系のサービスでは画面上の操作が複雑になりがちなので、一連の動作を説明することで格段に分かりやすくなります。

このようなマニュアルとしての利用は、顧客・見込み客向けだけでなく、社内・社員の教育・サポート用として利用して効果をあげているケースもあります。

・顧客フォロー

購入してもらった商品、サービスの特典として、提供することで満足度を高めることもできます。

また、スポーツ系などのワークショップなどでは、参加者のレッスンの様子を記録しておき、振り返ってチェックできるような付加サービスを提供しているところもあります。

その場で指導を受けているときは違って自分自身の姿を客観的に見ることができ、納得度・理解度が高くなるという利点があります。

4年に一度の祭典、ワールドカップも終わってしまいちょっと寂しさを感じています。こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。このワールドカップの期間中にはインターネットでは、大変興味深い現象が発生していました。日本戦が行われている時間帯のツイッターのトラフィックがものすごいことになっていたのです。負荷によって接続できないという状況もしばしばで、テレビ観戦しながら「つぶやく」ことが結構あちこちで行われていたようです。これは他国の試合に比べて顕著だったようで日本人スタイルなのでしょうかね。さて、ホームページの活用方法を中心とした「WEBマーケティングのヒント」というタイトルで、今月もお役に立つ情報をお届けいたします。

ホームページでの動画利用

インターネットの世界では、ブロードバンドのインフラが整うにつれ、動画コンテンツの利用が進んでいます。企業ホームページでも、従来は表現の制約で伝えきれなかった情報を、動画を利用することでうまく補完する

ような使い方も増えています。

うなものほとんどです。

ただ動画といっても、モデルを使ってテレビCMやプロモーションビデオを作成するような大げさなものではなく、簡単に撮影・利用できるよ

そこで今回は、ホームページでの動画利用・活用に関する情報をお伝えします。

動画の利用が進んできた背景

▼動画とは

「ビデオ」や「アニメーション」など動きのある画像を使ったコンテンツのことです。テキストや写真といった静止画情報に対して動画と表現しています。

これまでも、Flashと呼ばれるツールを利用したアニメーションはありましたが、作成するには専門のスキルが必要で、簡単に利用できるとは言えないものでした。

▼動画利用が進む背景

ところが、最近ではムービーカメラで撮影した動画がそのまま利用できるようなインフラが整ってきたこともあり、動画というアニメーションではなく実写ムービーのことが多くなっています。

以前は、大手企業のプロモーションなどの先進事例など特殊なケースが多かったのですが、通信インフラの変化(ブロードバンドの普及)や、気軽に利用できる動画共有サイトの

登場により、いまでは多くの人が気軽に動画を配信再生できる環境を手に入れられるようになりました。

さらに、最近ではソフトバンクがライブ動画配信サービス「Ustream」に出資するなど、日本語環境でも手軽に使える配信インフラ整ってきたことなどが動画の利用を促進しているのです。

動画コンテンツの強み

▼圧倒的な情報量

文字、写真、イラストなどに比べると動画は、格段に大きな情報量を持っています。中間には音声という手段もありますが、動画の場合は視覚にも訴えかけるので、圧倒的な情報量なのです。

この動画の情報量によって、他の文字・静止画だけの表現と比べて、見た人には大きな印象を与えることができるのです。ホームページで動画を利用するところが増えてきたとは言っても、まだまだ全体から見ればごく少数です。現状では動画を提供していること自体がアドバンテージになっているとも言えます。

▼正確に伝えられる

経過や変化の様子を伝えたいとき

や、文字や写真だけでは非常に伝えにくい情報があります。このような情報をテキスト・写真で伝えようとすると、表現がややこしくなるため、受け手が正しく理解できない可能性もあります。

こういったケースで動画は、非常に優れた手法です。古くから「百聞は一見にしかず」という言葉があるように、見れば分かるといったケースではとても威力を発揮します。

▼情報提供の順序をコントロールできる

もう一つの特徴としては、発信者側が意図した通りの順序で情報を伝えることができるというものです。これは、「ストーリー」「シナリオ」に基づいた情報展開の点でとても有利です。

通常のテキストなどのコンテンツでは、ストーリーに沿って情報を展開していたとしても、先読みができてしまうので、途中を飛ばして最終の結果にいきなりアクセスすることができてしまいます。

こうなってしまうと、せっかくのストーリーも機能しないため、思ったような反応・成果が得られないのです。

この点動画の場合は、途中を読み飛ばすことなく、順序立てて情報を受け取ってくれるため、ストーリーに沿って情報を受け取ってもらえるので、反応を得やすくなるのです。

▼高い反応率

このような強みがあるため、ホームページで動画を利用すると高い反応率を得ることができます。



株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253
千葉県松戸市日暮 1-2-6
勝どきビル3F

電話番号
047-311-6677

Fax
047-311-6678

E-mail
info@pcbrain.co.jp

営業時間:
9:00～17:30

地域で一番ネットを使った商売に
詳しいコンサルティング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEO リニューアル
- WEB システム開発



当社 Web サイト
URL:
http://www.pcbrain.co.jp
http://www.webquick.jp



動画コンテンツの特性

テレビなどで見る映像と異なり、インターネットの動画には次のような特性があります。動画コンテンツを作成する際には、このような点にも注意が必要です。

- ・個人で見るケースが多い
- ・短時間(せいぜい3～5分程度)
特にビジネスで利用する場合には、再生を途中で停止されない程度の長さにしておかないと意味がありません。

※ただし、オンラインセミナーなどライブで実施するようなケースでは、この限りではありません。実際に講演・説明しているのと同じ長さで構わないのです。

- ・画面のサイズが小さい
パソコンの全画面に拡大して見ることもできますが、多くの場合は画面全体の1/9～1/4程度の大きさです。そのサイズで見ても分かるような撮り方、画質でないといけない。

悪い印象を与えてしまいます。YouTubeなどの動画配信サイトなどの標準サイズもこのような大きさになっています。

- ・ハイクオリティである必要はない
TVなどと比べて映像の質をあまり気にする必要はありません。大手企業の実験では、キレイな映像よりも素人投稿風の映像の方が反応が良かったというケースもあるようです。

動画配信の種類

▼ダウンロード配信
これまでのホームページでの動画配信と言えば、ほとんどがこの方式でした。あらかじめビデオカメラで撮影した映像を編集したものをサーバーへ配置して、ダウンロードやストリーミングなどで見せようタイプです。以前は専用の配信サーバーを自社で構築するか、レンタルしないと利用できなかったのですが、YouTubeなどの動画共有サービスが登場してからは中小企業でも気軽に利用できるようになりました。このようなサービスを利用すれば、自社のサーバーに動画配信の機能がなくても、サーバーの容量が少なくても気にすることなく簡単に利用することができます。動画の編集も動画サービス側で行えるようになってきており、ますます簡単で便利になってきています。

また、ブログサービスでも動画を記事に簡単に取り込めるような機能が追加されてきてますます便利になってきています。

※ダウンロードと表記していますが、サーバーに蓄積したものを配信するという点ではストリーミング方式であっても同じです。

▼ライブ配信
ホームページでの動画配信ということちょっと前までは、前項のダウンロード配信型のものがほとんどでした。一方で、最近注目を集めているのが、動画のライブ配信、つまり生中継です。ソフトバンクがライブ中継サービスの「Ustream」に出資し、簡単に利用できる動画配信用のアプリを提供するようになってから様子が大きく変わりました。

従来は会場の関係などで、参加人数が制限されることが多かったセミナーをより多くの人に聴講してもらうことが可能になったのです。しかも追加費用をほとんどかけることなく低コストで実現できます。

また、パスワードを利用して閲覧者を制限すれば、特別サービス、有償サービスとして提供することできるのです。

さらに、このライブ配信とtwitterやチャットという機能を組み合わせることで、双方向のコミュニケーションが可能になり、臨場感のあるイベントが実施できるようになったことはこれまで一方の情報提供しかできなかった企業やサービス主体にはとても大きなメリットをもたらしています。

動画コンテンツの活用事例

テレビショッピングのように商品案内から販売までを行うようなケースもあれば、製品の使い方や製品を使った作り方(レシピ)などを見せる、実際の製造現場や旅行の様子を見せる、セミナーの抜粋を見せるなど、工夫次第でいろいろな情報を提供できます

・オンラインセミナー
最近では、リアルタイムでセミナーを会場外の人に中継するケースも増えています。

・会社説明の中継
ちょっと変わったところでは、求人の際の対応にライブ配信を利用するケースがあります。

会場の都合で一度に多くの人に説明ができないケースや、遠隔地からの応募などに対しても機会を提供する意味ではとても良い方法です。

他にも多くの活用例があります。実際に見て、これはおもしろい！というものがあればぜひ参考にしてください。

ニュースレターを読んだ感想、取り上げて欲しいテーマ、相談など、ぜひご意見をお聞かせ下さい！
→ FAX:047-311-6678 / 電子メール: info@pcbrain.co.jp

株式会社ピーシー・ブレイン

発行責任者: 高山卓巳
〒270-2253 千葉県松戸市日暮1-2-6 勝どきビル3F



TEL: 047-311-6677 FAX: 047-311-6678 Email: info@pcbrain.co.jp