

成果 **10** 倍？

動画マーケティングで

押さえるべき

3つのポイント

INDEX

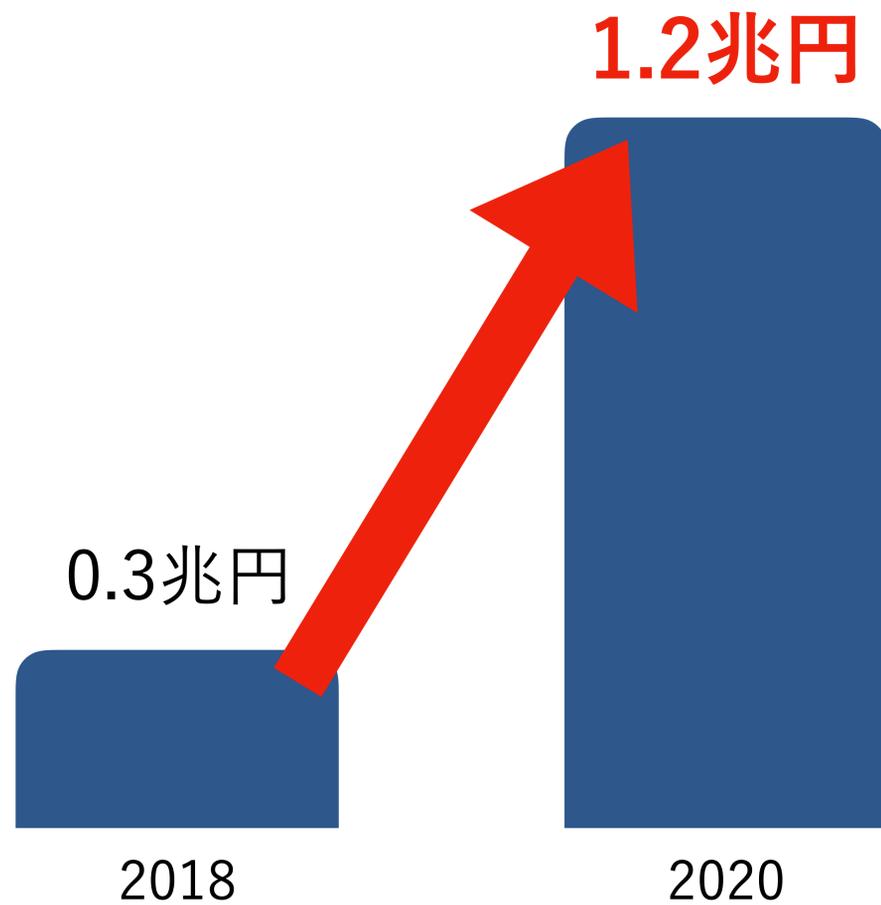
1. インターネット動画広告市場の背景
2. 現代動画に求められる3つの要素 (STP)
3. クリエイター不要の動画生成ツールRICHKA

1. インターネット動画広告市場の背景



動画広告市場の背景

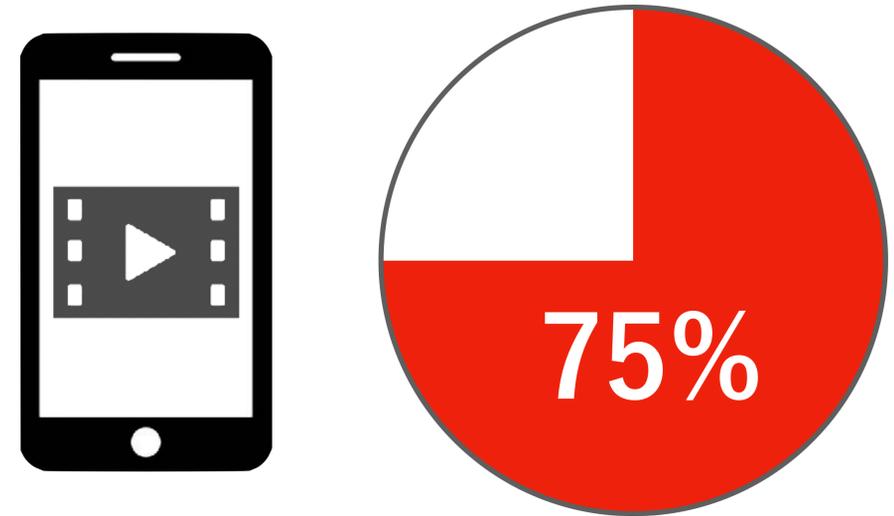
インターネット動画広告推移



インターネット広告の
半分が動画に

矢野経済研究所 「インターネット広告市場の実態と展望 2018」

モバイルデータトラフィック

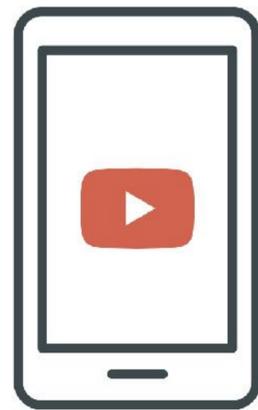


2020年モバイルデータの
トラフィック75%が動画に

2018 New York Times News Service

動画の優位性

情報量



10秒

=

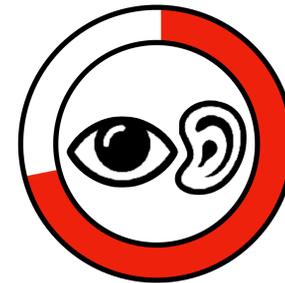


600ページ

動画は、写真やテキストと
比べて情報量が多い

フォレスター・リサーチ

記憶定着率



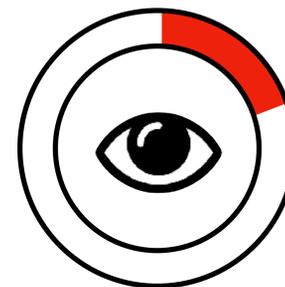
70%

視覚 & 聴覚



30%

聴覚のみ



20%

視覚のみ

eSkeptic

インターネット動画の種類



それぞれの型に合わせたコンテンツが必要

2. 現代動画に求められる3つの要素 (STP)



① **S**martphone

② **T**empo

③ **P**DCA

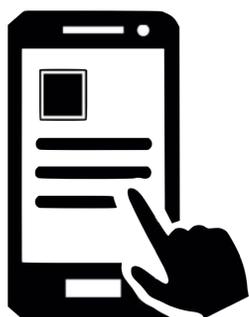


① Smartphone

① Smartphone

1日あたりの起動回数

150回



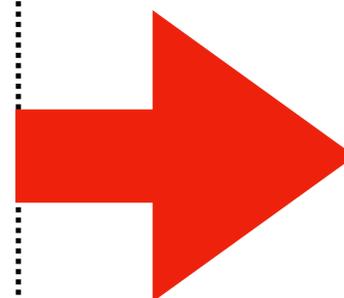
1回あたりの起動時間

約1分11秒

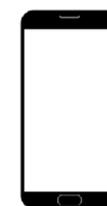


企業がやりがちな間違い

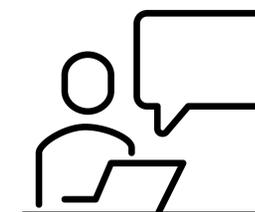
伝えたいメッセージを
90~120秒で詰め込んでしまう



スマートフォン起動時間



1分11秒



企業が伝えたいメッセージ



1分間にユーザーは様々な目的で
スマホを利用しているため、
企業メッセージは
より短く伝える必要がある

② Tempo



② Tempo

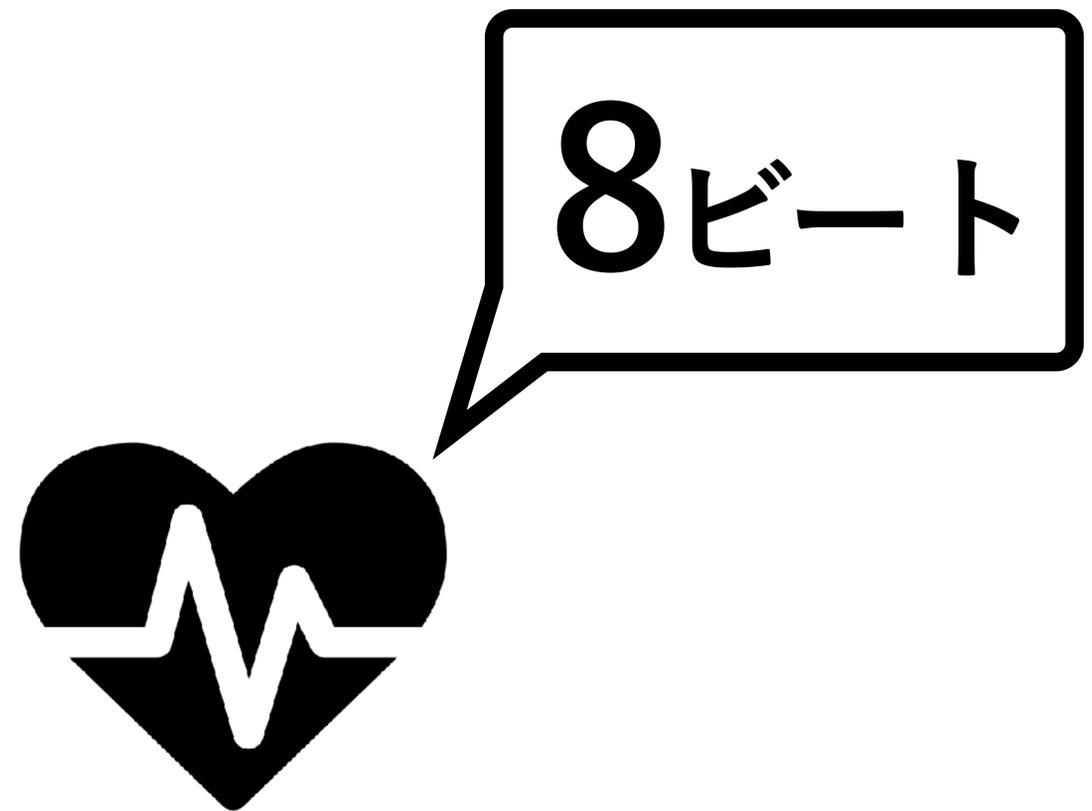
スマホのスクロール平均速度



短時間で情報を判断する

自社調べ

ハートビートフリークエンシー



人間の鼓動に近いテンポが
100%視聴に近づく

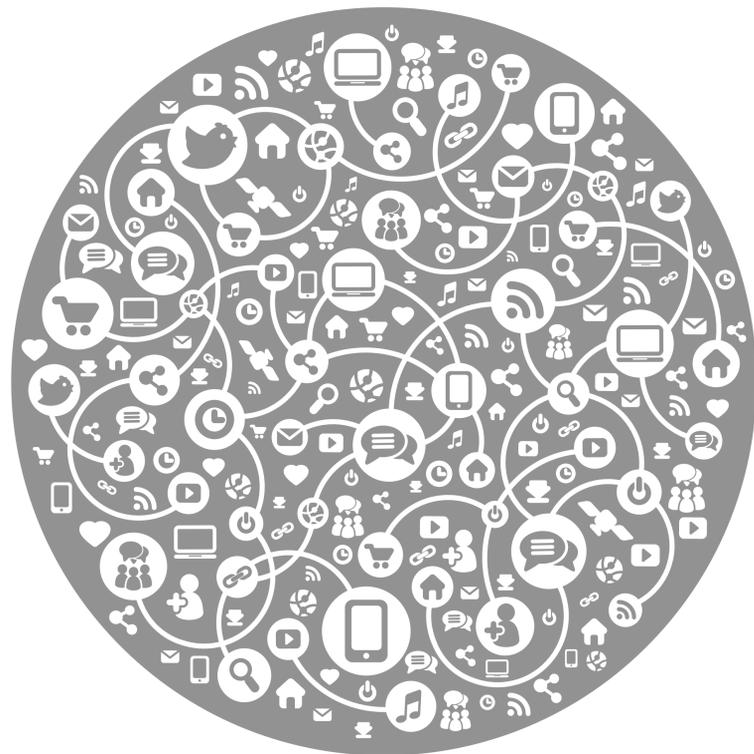
Facebook

③ PDCA



③ PDCA

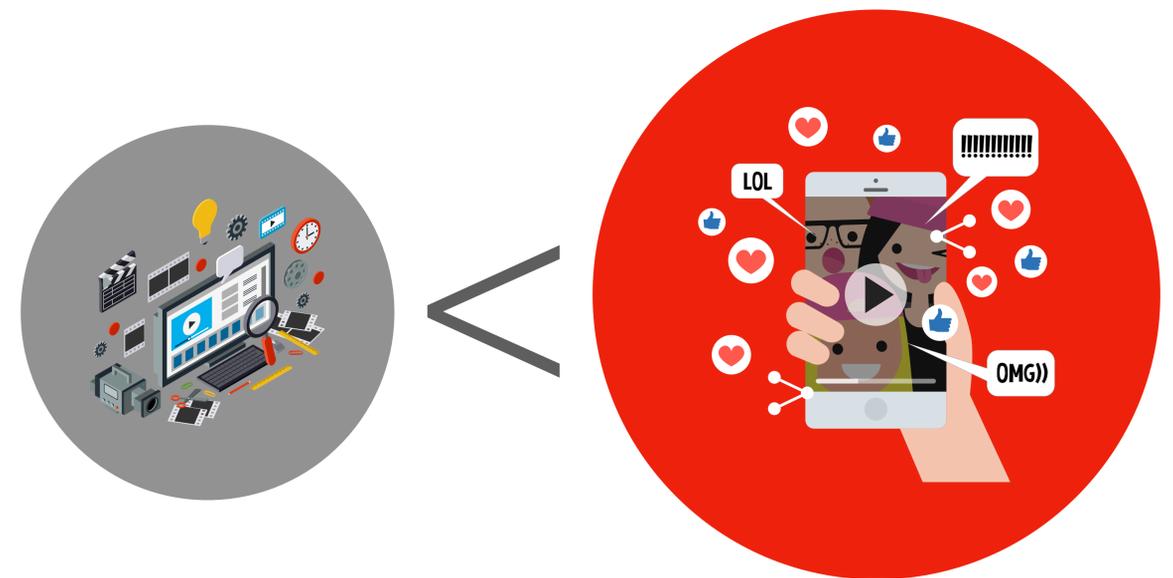
情報の供給過多



コンテンツの賞味期限が短くなる

- 拡散されづらい
- 記憶に残りづらい

効果的なインプレッション獲得



高いクオリティ1本配信するよりも
そこそこのクオリティで何度も
インプレッションを
獲得していくことが効果的

3. クリエイター不要の動画生成ツールRICHKA



時代とともに、動け。

目の前にいる人に今の気持ちを伝えたくて言葉が生まれ、

次の世代にも伝えたくて文字が生まれ、

目に見えるものまで伝えたくて写真が生まれ。

人類の発展、そのそばにはいつも「伝えたい」という

誰かを想う健気な気持ちがありました。

様々な情報が急速に動画化され始めている今も、まさにそのとき。

わたしたちはこの時代の、あなたの「伝えたい」に寄り添いたい。

企業向け動画生成ツールRICHKAは、

知識不要、テキストと素材を入れるだけで

膨大なデータと知見から効果的な動画が出来ます。

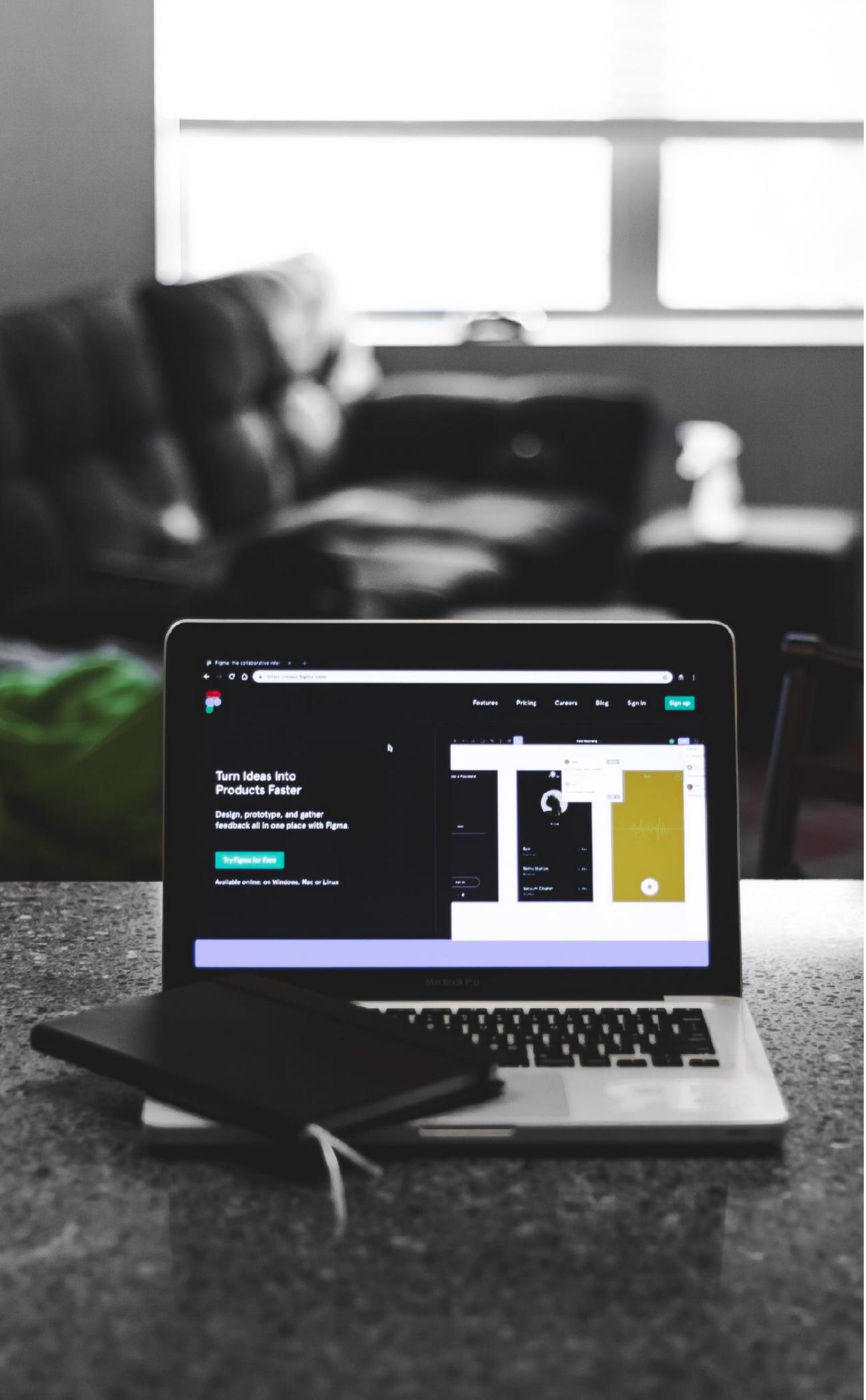
フォーマットも数百種類の中から選び放題。

メディアを持つあなたも、SNS運用でお困りのあなたも、

届けたい想いを持つすべての人に。

伝えたいこと、動画にリッチ化。

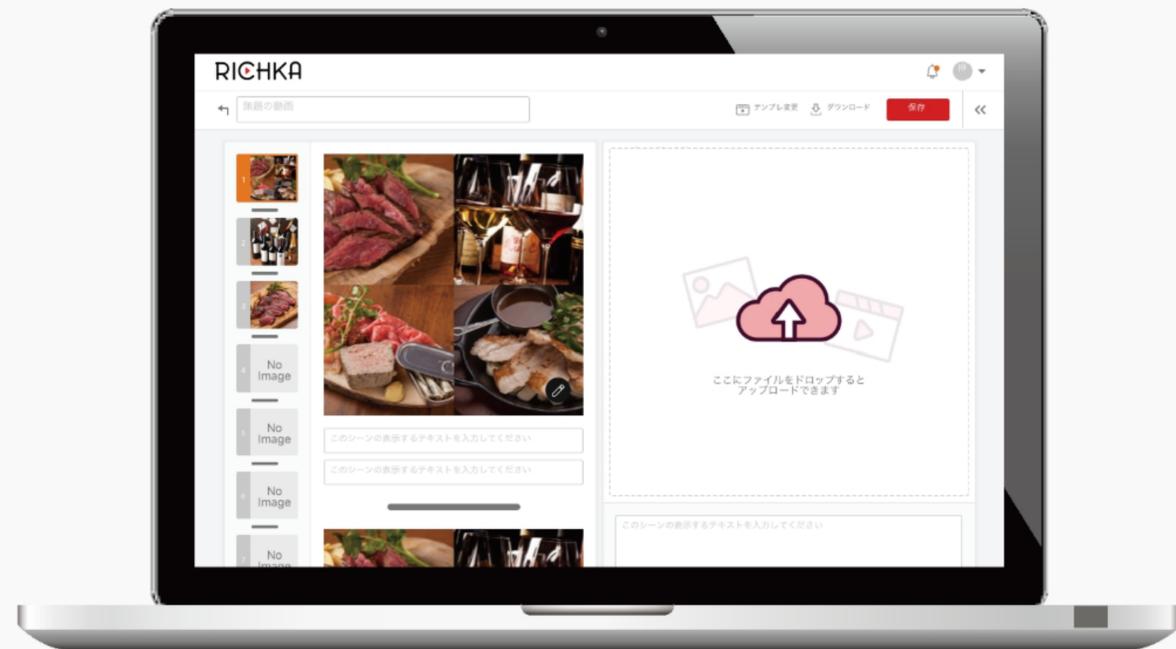




クリエイターを雇わずに、
動画コンテンツを内製化

RICHKAとは

誰でも簡単に、**その日から**
動画クリエイターになれるツール



知識不要・最短**1分**動画生成エンジン



プロクリエイターの制作した
用途別の豊富な動画**フォーマット**

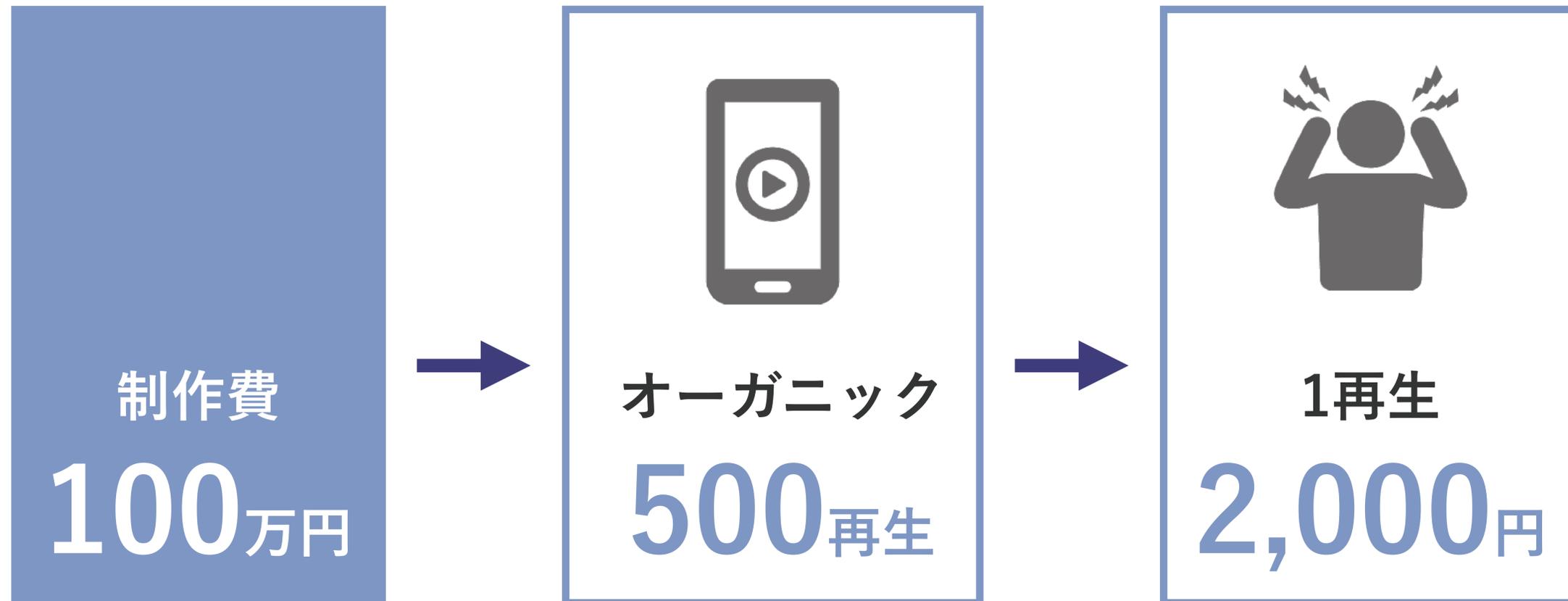
導入実績

★ 国内導入実績 NO.1 ★



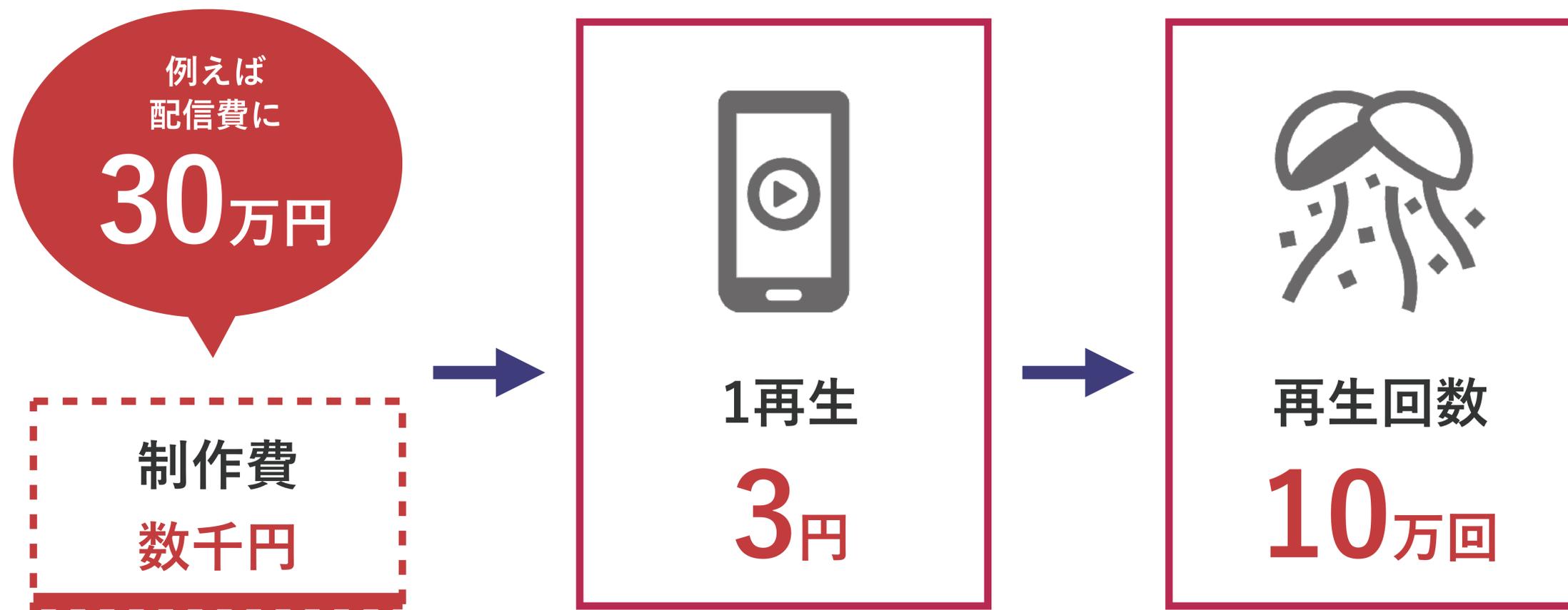
リリースから累計で **200社以上** の導入実績

従来だと**制作費が高すぎて**
肝心のリーチに予算が回らない



RICHKAでできること

▶ RICHKA なら、
肝心のリーチ予算にコスト投下可能



RICHKA活用事例

顧客事例 - 株式会社LiB様

RICHKAを導入し、動画広告の運用でビジネス拡大を図る

「制作コスト10分の1を実現」



— 実際に導入してみた感想を教えてください。

まずは、とにかく操作が簡単な点が魅力です。どんなに優れたツールでも使われなければ何もないのと同義ですが、RICHKAは誰でも簡単に動画を作ることができます。弊社では今、23～25歳あたりの若い運用者世代がRICHKAを最も積極的に使っていますが、「もっと早く導入してあげれば…」と若干申し訳ない気持ちになりつつも、ガンガン活用していく姿に頼もしさも感じています。

フォーマットが豊富にあることもポイントだと思いますし、作った動画のURLをシェアできるのでクライアントさんへの確認も簡単。そのままYouTubeなどSNSに投稿することもできる。いろいろできることは多いのに、料金が安い。安すぎる。少し心配になるくらいです（笑）。

— 継続してRICHKAを利用しようと思った理由は何ですか？

RICHKAを使うことで、低コストで簡単に動画を量産することができますが、料金に良い意味で反して、サポート体制も充実している点に大きな魅力を感じています。とにかく、対応が断トツで早いです。こちらが驚くほどの早さで、フォーマットや機能追加・改善に関するリクエストに対して、超スピードで修正や改善が反映されるので、使っていて感動に近い喜びを感じています。

詳しくは→

<https://richka.co/case/12228/>

顧客事例 - INFASパブリケーションズ

WWDジャパン 公式Instagramストーリーにて活用

「社内リソースゼロでも月間300本投稿の試算が見えた」

-RICHKA導入の経緯についてお聞かせください。

当初、動画でオリジナルコンテンツを作りたいなと思っていました。と言うのも、動画にはコミュニケーションの情緒性というか、空気感のような感覚的情報も届けることができるメリットがあると思っていて、その点に注目していました。

ただ、写真メインのコンテンツを制作するコストはすでに体感していて、紙媒体のメディアでの経験も踏まえ、クオリティとコストのバランスや内製の限界が課題として感じていました。動画導入を始めたら一定のコストや配信ペースのコントロールも難しいだろうし、継続することも非常に難しいだろうなど。

RICHKAには、あくまで勉強のために出向いた「Web&デジタルマーケティングEXPO」で出会いました。「そもそも制作リソースが社内に無い」というお話をしている中で、フォーマットに画像と文字を当て込んで作っていくRICHKAの制作スタイルに課題解決の可能性があるなと思いました。「ブレようなないものを作れるって、逆に上手くいきそうだな」って。それで導入を決めさせていただきました。



-実際に導入してみた感想を教えてください。

スナップなどの画像が多いコンテンツに関して、15秒の間に何枚も写真を見せることができる点が特に良いなと感じています。逆にニュース形式の動画では、素材画像が1枚しかない場合でも動画記事にして投稿することができるようになったので、最近では投稿数も増えています。1日にInstagramに投稿できる枚数に限界があるものの、RICHKAで制作した動画をさらに活用していけるのではないかという実感も持っています。現在運営している「WWDジャパン」の公式Instagramアカウントに、1日10本は投稿していきたいですね。

詳しくは→
<https://richka.co/case/11261/>

累計100,000本以上の実績を持つ動画コンテンツ マーケティングのリーディングカンパニーです。

Company

Switch to The Rich.

社名 : カクテルメイク株式会社 (Cocktail Make Inc.)

所在地 : 【東京本社】

東京都渋谷区代々木1-6-12 MFビル3F

【FUKUOKA CREATIVE HUB】

福岡県福岡市博多区博多駅東1-12-6 花村ビル7F

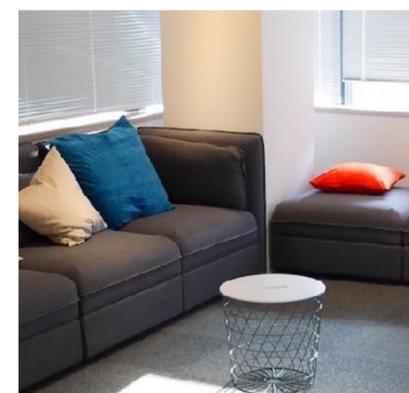
設立日 : 2014年10月14日

従業員 : 20人 (パートタイム含む)

資本金 : 2億6,830万円 (資本準備金含む)

代表者 : 代表取締役 松尾 幸治

URL : <https://cocktail-make.com/>



Our Service

動画生成ツール「RICHKA」の企画・開発・運営

Youtube・VTuberの動画コンテンツ制作・運営・コンサルティング

動画を活用したWebマーケティングの総合支援



COCKTAIL MAKE

お問い合わせ先

RICHKAのサービス資料
ダウンロードはこちらから



TEL : 03-6687-1744

MAIL : info@cocktail-make.com

**「Switch to The Rich.」
カクテルメイク株式会社**

