

成約率の高いビデオセールスレターの作り方

スライド作成から録音・配信まで。CV率を伸ばすために実践したいこと

中小企業にありがちな動画マーケティングの課題

動画SNSや動画編集アプリの普及によって、以前と比べると動画マーケティングの敷居はぐっと下がりました。ただし、中小企業やスタートアップにはそう簡単にはいかないもの…。

限られる予算とリソース、制作プロセスへの不安などからなかなか一歩を踏み出せないマーケティング担当者も少なくないようです。

カメラや撮影機材を買う
余裕がない…。

出演者は
どうやって手配する？

どこで何を
撮ればいい？

動画編集に詳しい
メンバーがいない。



ビデオセールスレター（VSL）とは？

ビデオセールスレターとは名前のとおり、**商品の販促やサービスの利用促進を目的とした動画**です。

特に決まったフォーマットこそないものの、PowerPointなどのスライドにBGM・ナレーションを加えて作られることが多く、とりわけ**B2B商材の販促に大きな効果を発揮**します。

1本のビデオセールスレターで数千ドルのコンサルティング契約を獲得したマーケターなど成功事例も少なくありません。

弊社学校のビデオセールスレター



<https://www.autopilotacademy.jp/digital-marketing-flight-school/>

ビデオセールレターのメリット

撮影の手間がかからない



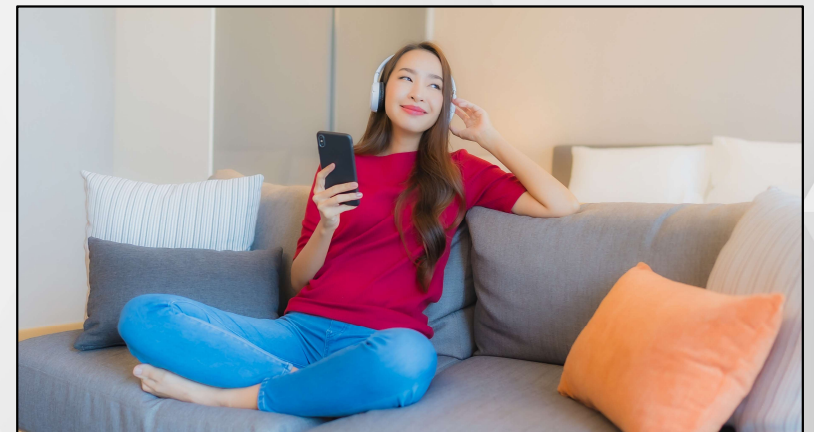
先述のとおり、ビデオセールスレターはPowerPointなどのスライドショー形式で制作するのが一般的です。

撮影やそれにともなうロケハン、出演者の手配、スケジュール調整などは必要なく、通常のプロモーション動画と比べると、**コストを大きく抑えて短時間で制作**できます。

人の声はゆったりとしたペースで耳に入ってくるうえ、無機質なテキストと比べると親近感を抱きやすいという特性があります。

ナレーションによってネットユーザーに嫌われがちな広告色が抑えられ、**興味・関心の薄い消費者まで取り込みやすい**のも、ビデオセールスレターの大きなメリットです。

聴覚に訴えられる



ビデオセールレターのメリット

簡単に修正できる



通常の動画コンテンツの場合、内容を変更しようとする、カットを細かくつなぎ直したり、場合によっては撮影そのものからやり直したりしなければなりません。

一方、ビデオセールスレターならPowerPointなどを開き、該当の**スライドを変更するだけ**で簡単に修正できます。

少人数の中小・ベンチャー企業でも

効率的な運用が可能。

ビデオセールスレターの作り方

全体の構成を決める

最初のステップは全体の構成です。ビデオセールスレターの制作は撮影をともなわず、絵コンテやシナリオは必要ありません。プレゼン資料を作成する際と同様に見出しとテーマを振り分けていきましょう。

VSLでは**リード**→**課題の提示**→**解決策の提示**→**クロージング**という流れが一般的です。この流れを基本とし、1スライド・1メッセージの原則に沿って構成を決めておくと、スライド作成もスムーズに進みます。



プレゼン資料と同様
1スライド・1メッセージが大原則。

ビデオセールスレターの作り方

☑ スライド&原稿を作成する

構成が決まったらそれにあわせてスライド・原稿を作成します。順番はどちらが先でも構いませんが、ポイントとなるのは**派手な装飾や語句を入れないこと**。

動きの大きいアニメーションが使われていたり、扇動的な文言が入っていたりすると、ナチュラルに訴求できるというビデオセールスレターの特性が失われてしまいます。

スライド・原稿ともに「初対面の方に自社の商品を知っていただく」、「サービスを紹介させていただく」といったスタンスで作成しましょう。

スライド・原稿で避けるべき表現

- ✗ 商品画像のフェードイン、ズームアップ
- ✗ 膨張色を多用したフォント
- ✗ 扇動的な文言 (ex.衝撃、自己責任で、など)

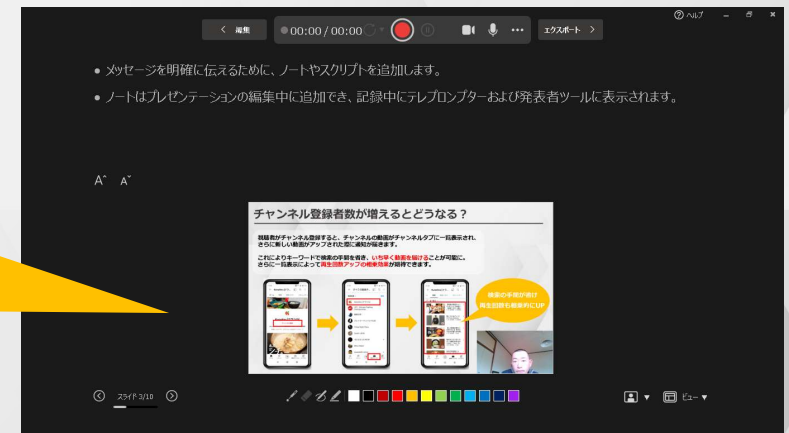
ビデオセールスレターの作り方

ナレーションを入れる

続いてはナレーションの録音です。USBマイクの利用など方法はいくつかありますが最も手軽なのは**プレゼンテーションソフトの録音機能**をそのまま利用すること。

PowerPointの場合、メニューの「スライドショー」から「スライドショーの記録」、もしくは「挿入」→「オーディオ」を選択するとナレーションを録音できます。

読むスピードは**300文字/分**を目安に。
不自然に大きな声を出したりしないこと。



PowerPointの録音画面

ビデオセールスレターの作り方

配信する

録音が済み仕上がりをチェックしたら早速配信しましょう。ビデオセールスレターは**ヘッドラインとCTAボタンで挟み込む形**でWebページに埋め込むのが一般的です。

ヘッドラインによって動画の内容がひと目で伝わり、CTAボタンがあることで動画の再生前後・再生途中問わずコンバージョンを得られやすくなります。

The diagram illustrates the layout of a video sales letter. It features a video player with a man speaking, overlaid with a text box containing promotional text. The video player is framed by a red border, and the text box is framed by a yellow border. The text in the video player includes:

デジタルマーケティングフライトスクール
スクール入学のご案内

入学するメリットその4
最新のデジタルマーケティングの
ノウハウを学べるイベントに参加できる
AutoPilotAcademy

今すぐスクール入学に申し込む

ヘッドライン

CTAボタン