

facebook.

たった1分の動画で売れる Facebook動画 ストーリーテンプレート

2021年最新版

初心者でも作れるFacebook 1分間動画制作完全ガイド

かんたん
1分動画

SIMPLE 1MIN MOVIE

スマホ
のみでOK

ONLY SMARTPHONE

テンプレート
公開

TEMPLATES

著作権について

この「たったの1分の動画で売れるFacebookストーリーテンプレート2021最新版」(以下、ガイドブックと表記)は、著作権法で保護されている著作物です。本ガイドブックの使用に關しましては、以下の点にご注意下さい。

・マーケティングエッジ株式会社の書面による事前許可なく、ガイドブックの一部または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル)により、複製、流用および転売(オークション含む)することを禁じます。

目次

SECTION 1 はじめに	PAGE 4
SECTION 2 自己紹介	PAGE 6
SECTION 3 知ってるようで知らないFACEBOOKユーザーの特徴	PAGE 8
SECTION 4 動画のクオリティよりもストーリーが重要なワケ	PAGE 10
SECTION 5 事前に知っておきたいストーリーにおける最重要ポイント	PAGE 12
SECTION 6 ストーリーテンプレート公開!	PAGE 14
SECTION 7 ストーリーテンプレートを使う上で重要な3つのポイント	PAGE 21
SECTION 8 ストーリーテンプレートを使った事例紹介	PAGE 25
SECTION 9 最後に	PAGE 37

01 はじめに

「たったの1分の動画で売れるFacebook動画ストーリーテンプレート」をご請求いただいた方へ

この度は、
「たったの1分の動画で売れるFacebook動画ストーリーテンプレート」をご請求いただきまして、
誠にありがとうございます！

こちらのガイドブックは売れる動画に必要なFacebook専用1分動画ストーリー制作のノウハウをお伝えすることで、皆さんにより多くの見込み客を集められるようになって欲しいという思いでこのようなガイドブックを作成しました。

このガイドブックで書かれている内容をさらに詳しく解説した**ウェブセミナーを期間限定で無料公開**しています。
文章を読むのが苦手な方は是非、無料のウェブセミナーをご覧ください。

それでは、まだ私のことを知らない方もいらっしゃるかと思いますので、自己紹介をさせていただきます。

02 自己紹介

大澤 宏行

PROFILE

生年月日 1989/07/08
出身地 東京
職業 動画クリエイター



経歴

マーケティングエッジ株式会社の大澤宏行と申します。
私はこれまで映像制作業界で数多くのFacebook専用動画やYouTube動画を制作してきました。
中でも特にFacebook専用1分動画を多く制作し、**売れるFacebook専用1分動画を制作する為のノウハウ**を身につけることが出来ました。

実績

結果の出るFacebook専用1分動画制作のノウハウを**誰にでも実践出来るようにテンプレートを作成**し、そのノウハウをクライアント様に伝え指導することによって、
それまでFacebook専用動画は制作会社にお願いすることしか出来なかった経営者の方や個人事業主の方が自分たちで売れるFacebook専用1分動画が作れるようになり、
しかも**時間をかけずに少ない労力で売上が倍増**するという結果を出していただけるようになりました。

それでは早速ですが、私が実際にクライアント様にお伝えしている内容を皆さんにもお伝えしますので是非最後までガイドブックを読んでいただけたらと思います。

03

知ってるようで知らない Facebookユーザーの特徴

Facebookユーザーの特徴とは？

Facebookユーザーには皆さんが知ってるようで知られていないある特徴があります。その特徴を知ることによってユーザーの特徴を捉えたFacebook専用1分動画のストーリー制作が作れるようになりますので、是非覚えていただけたらと思います。

Facebookユーザーの利用目的は「暇つぶし」

Facebookユーザーの主な利用目的は、基本的には**友人・知人のプライベートな投稿を見たり**、自分自身のプライベートな日常を投稿したり、という目的で利用する方がほとんどだと思います。そして利用する時はどんな時かと言いますと、休憩中や電車での移動中などのちょっとした空いた時間にFacebookを見ている方は多いと思います。

つまり、ほとんどのユーザーは**「暇つぶし」**で利用しているということが特徴としてあげられます。

誰も最初から商品を買おうとはしていない

皆さんはネット上で買い物をするとき、どの媒体で買い物をしますか？ほとんどの方はAmazonや楽天、YAHOOを利用する方がとても多いと思います。

つまり、**Facebookで何か買い物をしようとして利用している人はいないということです。**

なぜなら、利用目的は友人知人の投稿を見たりする「暇つぶし」のSNSだからです。この事を知らないでいきなり商品を買おうとしても決して良い結果は出ないでしょう。

ですのでFacebookユーザーにはこのような特徴があることをまずは覚えておいて下さい。

04 動画のクオリティよりもストーリーが重要なワケ

クオリティが高いカッコいい動画よりもストーリーが重要

私はスマホのみでFacebook専用1分動画を制作しています。その動画はカッコいいものではなく誰でも簡単に作れてしまうものです。

ですがストーリーの内容にしっかりと重点を置けば、簡単な動画でも結果を出すことが出来てしまうのです。

動画で余計なことは伝えない

私はFacebook専用1分動画では**すべての事を伝えようとはしていません**。すべての事とは、商品名や商品の特徴やベネフィットなど、まず皆さんが伝えようとする内容は動画には入っていません。なぜなら、すべてを伝えようとする文字数が自然と多くなったり、1分以内に収まらなかったり、視聴者に上手く伝わらず視聴維持率が下がってしまう原因になります。

ですのでまずは動画で**何がしたいのかを明確にして内容を絞ることがとても重要**です。

動画の目的設定が重要

動画の目的を軸に、ユーザーの特徴を捉えたストーリーを制作することがとても重要です。私が制作するFacebook専用1分動画の目的は、商品売るためでもなく、商品を知ってもらうためでもなく、目的はただひとつ、**ランディングページへの誘導**です。

ゴールが明確に定まっていることで、それに適したストーリーが制作出来てより効果を発揮するのです。

05 事前に知っておきたい ストーリーにおける最重要ポイント

ストーリーにおける最重要ポイント

Facebookユーザーは友人知人の投稿や、面白そうな投稿を見るために利用するSNSだとお伝えしてきました。興味があることにはスクロールを止めて見てくれますが興味のない内容はどんどんスクロールされてしまいます。そんな**ユーザーに動画に注目してもらう為の重要なポイント**があります。

動画の最初の5秒が売れるか売れないかの8割を決める！

最初の5秒でいかにユーザーの興味を惹けるかで動画の視聴維持率などが大幅に変わってきます。
この部分がユーザーの特徴を捉えた内容になっていないと、まったく興味を示してもらえずスルーされてしまいます。
ですのでこの最初の5秒にユーザーたちに興味を持たせ、思わず見てしまうようなストーリーにすることがとても重要になってきます。

動画であることの重要性

人間は元来、動くものに目が奪われやすい性質を持っています。「動き」を伴ってメッセージを伝える動画は**人々の目を引く上でとても有効な手段**と言えます。
動画はさらに「動き」だけではなく「音」「時間軸」という様々な要素も含まれており、ユーザーとのスムーズなコミュニケーションが実現します。
動画であることによって**文字だけより、画像だけよりも圧倒的に手を止めて注目してくれる人**が増えます。

それでは、これから今まで説明してきた要素がすべて含まれているストーリーテンプレートを1つだけ紹介したいと思います！

06 ストーリーテンプレート公開!

こちらがFacebookユーザーに向けて作った
ストーリーテンプレートです。

FORMULA:クイズ型

1.Question(クイズ)



2.Anser(答え)



3.Story(ストーリー)



4.Solution(解決策)



5.CTA(行動)

それでは早速、1つずつ順番に解説していきます。

1.Question (クイズ)

ここは「**フック**」と呼ばれている部分で、Facebookユーザーの一番最初に目に入る部分です。

最重要ポイントで話してきた**動画の最初の5秒**にあたる重要な部分です。

ここでの大きなポイントは最初の5秒が**クイズ形式**になっていることです。

クイズ形式になっていることで、実際に暇つぶしでFacebookを利用しているユーザーの目に止まりやすくなり、興味を持ち、考え始めてその答えを知りたいという気持ちになります。

クイズのポイントとしては、明らかに答えがわかってしまうものではなく、答えがどちらだろうと悩むくらいのクイズにすることで後に大きな効果が得られます。

2.Anser (答え)

ここでは答えを伝えましょう。

答えを逆の方で考えてたほとんどの人は「えっなんで?」「思ったのと違う」と思い、**意外な答えに驚いてしまいます。**

思っていた答えとは違う答えが正解だったとき、余計に気になってしまい、その理由を知るまでスッキリせず、**答えを知らずにはいられない状態**となってしまい、結果的にしつつい動画を見続けてしまうのです。

3.Story (ストーリー)

ここはストーリーの始まり部分で、まずは**登場人物をイメージさせる**ような内容を伝えます。

人物像が見えてくると、**ストーリー性**が生まれます。

ストーリー性があることで、見ている人はそのストーリーに入り込みやすくなります。さらにそれが自分と似たような境遇だった場合、さらに感情が入り自然と**自分ごとのように動画を見始めるのです**。

またストーリー性があることによって、視聴維持率などにも大きく関わってきます。

4.Solution (解決策)

ここではストーリーで**欠落部分が出来た**ターゲットに解決策を提示しましょう。

解解決策はハッキリとは伝えずに概要だけを提示しましょう。詳細ではなくて概要を伝えることで、動画を見ている側は最後までスッキリとしない状態になり、その**欠落した部分を埋めよう**として、次の行動を起こしてくれるようになります。

ドドラマが良いところで終わると続きがきになってしまうという経験は皆さんもあると思います。「続きが気になる」「早く次が見たい」このように思ってもらえれば、ユーザーに次の行動を誘導しやすくなります。

5.C T A (行動)

この部分は**call to Action**というパーツとなり、訪問ユーザーにコンテンツを一通り見てもらった後、実際に申し込み方法や登録を呼びかけて、**具体的な行動を示す**ことでより狙った行動を起こすように誘導する部分です。

ユーザーに「何をしてほしいか」をそれぞれがしっかり明確にし、ユーザーが次の行動に迷わないようにしっかり導く大切な部分です。

以上がストーリーテンプレートの解説です。
では、これからストーリーテンプレートを使う上で重要なポイントについてお話しします。

07 ストーリーテンプレートを 使う上で重要な3つのポイント

ストーリーテンプレートを使ってストーリーを 作る上で重要なポイント3つ

皆さんが実際にストーリーテンプレートを使ってストーリーを制作する時に、必ず理解しておくべきポイントをお伝えさせていただきます。

ポイント①ターゲットの目を引くトリガーポイントを考える

最初の5秒が重要だとお話してきました。
この短い時間でユーザーの目を惹くような
内容を考えましょう。



最初の5秒でターゲットの興味と関心を高めることができ
れば、その後の視聴維持率にも大きく関わってきます。
「暇つぶし」で何気なく見ているユーザーの目を惹きつける為
には、このトリガーポイントが最も重要になってきますので、
まずはターゲットの目を惹かせる事を第一に考えることが重要
です。

ポイント②ストーリーに落とし込む



人は**ストーリーに惹かれやすい性質**を持っています。ストーリーになっていることで、ターゲットが自分事のように考えたり、視聴者がストーリーをイメージしやすくなり、こちらが側のメッセージも伝えやすくなります。

またストーリー仕立てになっているのと、なっていないのでは視聴維持率にも大きな差が生まれてしまいます。

ストーリー性を待たせれば理解しながら最後まで見てもらうことができ、

ユーザーの心を掴みやすくなりますので、売れるストーリーを作りたいと思う方は是非覚えておいて下さい。

モヤモヤ

ポイント③欠落ポイントを作る



ランディングページへ誘導する上で大切なポイントです。動画を見たユーザーが思わず、**ランディングページに行きたくなる**ようにしなければなりません。動画を見終わったユーザーがスッキリしない、モヤモヤしてしまう、答えを知りたいという状態になってもらえるようにストーリーで**欠落ポイント**を作りましょう。そうすることで、その欠落ポイントを埋めようとして思わず次の行動を起こしてしまうのです。

この3つのポイントがすべて揃って、初めてテンプレートの効果が発揮されます。

次は実際にテンプレートを使った事例を皆さんに紹介します。

08 ストーリーテンプレートを使った事例紹介

これから、Facebook専用1分動画の事例をパーツごとに紹介します

Question 00:00~00:16

Aさんは動画スキルが高くプロ機材を使ってカッコいい5分のFacebook動画を何時間もかけて制作
Bさんは動画初心者なのでスマホだけでダサい1分間の短いFacebook動画をたったの20分で制作
AさんとBさん、どちらの動画が多くの見込み客を集めたでしょうか？



この動画で通常の2.3倍、登録率が上がりました。

Anser 00:16~00:19

答えはBさんの動画です

答えは
Bさんの動画です

Story 00:19~00:22

Facebook動画で集客している人が2人いました

Facebook動画で
集客している人が
2人いました

Story

00:22~00:28

Aさんは本格的な撮影機材などが揃っている
Bさんが使うのはスマホ1台のみでした



Story

00:28~00:35

Aさんの動画は誰が見てもクオリティーが高いものでした
Bさんの動画は誰にでも作れるとても簡単な動画でした



Story

00:35~00:45

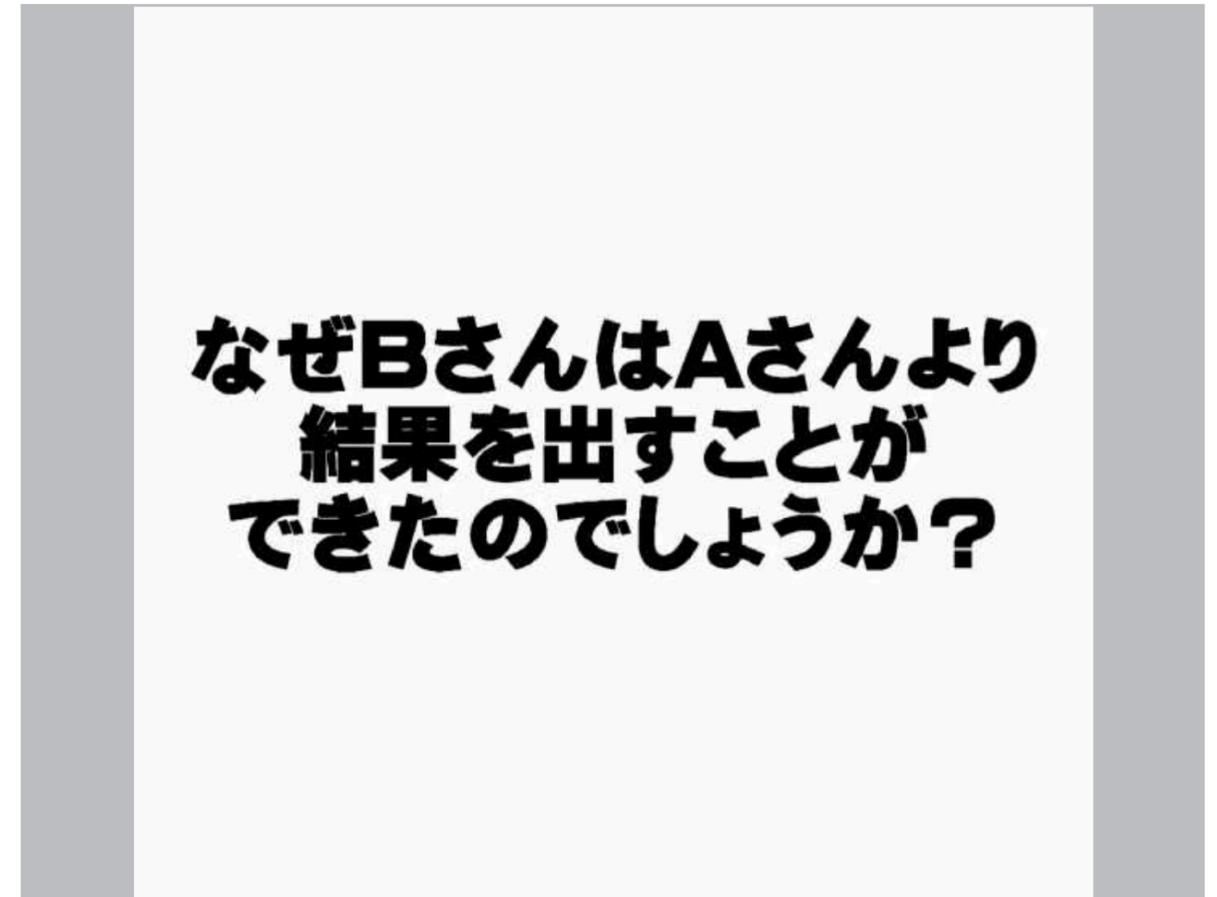
ところがAさんは動画制作に時間をかけたが結果が出ずに苦労しました
一方のBさんは少ない時間と労力で安定して見込み客を集めることができました



Story

00:45~00:49

なぜBさんはAさんより結果を出すことが出来たのでしょうか？



Solution 00:49~00:53

それは、**Bさん**が作った動画のストーリーに秘密がありました

それは、**Bさん**が作った
「動画のストーリー」に
秘密がありました

CTA 00:53~00:56

売れるストーリーテンプレートを手に入れたい方は
下の詳細ボタンをクリック！

売れる
ストーリーテンプレートを
手に入れたい方は
下の詳細ボタンをクリック！

CTA 00:56~01:00

最後にイメージ画像などがあることで、
より反応が良くなります！

たった1分の動画でOK!
Facebook動画
ストーリーテンプレート
2021年最新版

初心者でも作れる
Facebook専用
1分動画制作完全ガイド

期間限定**無料**公開中

かんたん1分動画 スマホのみでOK テンプレート公開

以上が実際に私が制作した売れるFacebook専用1分動画の
事例となります。

09 最後に

ストーリーテンプレートについてまとめ

このストーリーテンプレートを使うことにより、こちら側が伝えたい内容をダイレクトで伝えることができます。

最初の**クイズ**でターゲットに興味を持たせながら考えさせて、その**答え**がターゲットが思っていたのと反対の答えが正解になるように作ることで驚きが生まれ、その真実を知りたいという気持ちが強まり、興味をもたせることができます。

さらに**ストーリー**となっていることで、物語に入り込みやすくなり、自分事のように考えて新たな気づきや欠落部分が発生しやすくなります。

ストーリーでターゲットの欠落部分を作り**解決策**を提示することでターゲットは欠落部分を埋めようとして解決策が欲しくなり、次の**行動**を起こしてくれるようになります。



ここまで読んで下さり、ありがとうございました!

もしあなたが売れるFacebook専用1分動画のストーリーを使って毎日新しいお客様を集めて見込み客を増やしたいのであれば是非、**期間限定で無料で公開しているウェブセミナー**もご覧ください。

このガイドブックをよりわかりやすく解説した内容となっていますし、**実際にクライアント様に有料でお届けしている内容**を期間限定で無料で公開しています!

是非あなたもFacebook専用1分動画ストーリーの制作スキルを学び実践することで、毎日安定して見込み客を増やして自分にあった理想的なビジネスを運営し、自分がやりたいことを自分がやりたいときに実現できるような我慢のない自由なライフスタイルを手に入れましょう!

[無料ウェブセミナーはこちらから](https://bit.ly/3r0jLJM)

<https://bit.ly/3r0jLJM>

無料ウェブセミナー
QRコード



久澤 宏行
