

『YouTube台本制作で欠かせない3つの要素』

【OP】

月売上6,000万円のチャンネルを排出した〇〇です。
そんな私が、皆さんにお伝えするテーマは
「YouTube台本制作で欠かせない3つの要素」です。
私は何を隠そう1年間収益0円の底辺YouTuberでした。

0円ってやばいですよね？

そこで、売上にフォーカスした台本を作成し続けた結果、年間2.5億円売り上げるYouTubeチャンネルを構築することができました。
私がこれから紹介する要素はYouTubeの中で知らずに動画として見たことがあるはずですよ。

それを再現性高く言語化しています。

この動画を見ている皆さんは、何か副業を始めたいけど、台本なんて単価が安い、そもそも難しいから無理だと思っていますよね？

今のままでは、何も変わりませんよ。

今回の動画で紹介する要素は、全て私が実際の現場で実証したものになります。

とにかくこの後説明する要素に当てはめてください。

台本製作者はまだまだ少ないため替えが効きません。

あなたもこの1本の動画を見れば、替えの効かない台本製作者になることができます。

それでは始めましょう。

【要素1】

まず1つ目の要素は、「AREA」です。

これは「エリア」と読みますが、それぞれ頭文字を繋げた言葉で、その言葉は

A: Assertion (主張)

R: Reasoning (理由)

E: Evidence (証拠)

で、最後にもう一度Assertionがきて「AREA」です。

YouTubeで発信するにあたって、自分がリサーチした情報は、ただ網羅的に並べても全く視聴者には伝わりません。

いきなり専門用語を並べられても訳が分かりませんか？

ですから論理的に分かりやすく構成して届けなければいけません。

そのために、文章の構成として、まず主張を伝えます。

ここは、視聴者の想像を超える衝撃の結論であればなお良しです。

次に理由を伝えます。この時注意しなければならないのは、専門用語を使わずに、分かりやすい内容にしなければいけません。

そして、その証拠を提示します。

数値的なエビデンスがあれば信憑性はグッと上がります。

最後にもう一度主張を提示させます。

そうすることで、リサーチして集めた情報を論理的に分かりやすく視聴者に届けることができます。

なるほど！確かに！と思ったでしょ？

この「AREA」に沿って台本を作成し、自分がリサーチした情報をただ羅列させて、視聴者に全く内容が伝わらない台本にならないように注意しましょう。

【要素2】

続いて2つ目の要素は、「CTA」です。

また横文字？と思った方、私も同じです。

これもそれぞれの頭文字を繋げた言葉で、

Call to Action(コールトゥアクション)を略した言葉になります。

これは、売上に直結する行動を視聴者に起こしてもらおうということになります。

YouTube台本を作成する理由として、「売上をあげる」ことが重要である場合も多いと思います。それではどうすればいいのか？

細かく分解して説明していきます。

まず、行動することで「何が得られるのか」「どんなベネフィットがあるのか」を提示します。

そして、その報酬を得るための行動を具体的に提示します。

例えば「概要欄にあるLINEのリンクからURLをクリックして、友達追加をクリックしてください。」といったように、ひとつひとつ行動を指示してあげます。

子供かよ！とか言わないでください。

行動を指示してあげることで、実際に行動を起こしてくれる人が出てくるはず
です。

そうすることで、YouTubeを運用する上で重要な目的の一つである、売上に
直結する台本を作成することができます。

「CTA」はYouTubeを運用していく上では、重要な施策になりますので絶対に
取り入れましょう。

【要素3】

最後は、「回遊施策」を入れることです。

例えば、演者が何かの説明に対して、別の動画を紹介している場面を見た
ことがある方も多いのではないかと思います。あれを「回遊施策」と言いま
す。

どうしてあのような発言をするのでしょうか？

単純に説明がめんどくさいから見ておいてねということでしょうか？

この目的は、まず、単純な接触回数を増やすことでチャンネルに対する信頼
感を増す効果があります。

そして、演者の指示に従ったというサンクコスト効果があるためです。

サンクコスト効果とは、すでに使った費用やコストに対して「もったいない」と
いう心理が働き、合理的な判断ができなくなってしまう現象のことを言いま
す。

例えば、**課金したゲームってなかなかやめられないですよ？**

それと一緒に、演者の指示に従って動画を見たんだから、最後まで見るか
みたいな状態ですね。

そうすることで、アルゴリズムに優遇してもらいやすくなり、おすすめ動画とし
て表示されやすくなります。

ただし！何度も入れてはだめです。1動画で1回、多くても2回までにしてお
きましょう。

おすすめ動画に表示されやすくなれば、当然多くの人に見てもらえる可能性
が高くなるので「回遊施策」も導入するようにしましょう。

【ED】

いかがでしたか？

1つ目の要素でリサーチした情報を論理的に整理しながら、2つ目の要素で視聴者を誘導して、3つ目の要素で他の動画もついでに見てもらおう。

皆さんがつい最後まで見てしまう動画の形になっていませんか？

この動画をご覧になっている方は、「台本なんて無理」「文章を書くのが苦手」と思っていますよね？

私もまさにそうでした。

いくら要素がわかったからといってもいきなりは難しいと思います。そこで、今回の要素を踏まえた「台本テンプレート」をプレゼントします！

これさえあれば見向きもされない動画とはおさらばです。

概要欄にあるLINEのURLをタップして、友達追加ボタンを押して、メッセージで「CTA」と送ってください。

今回のテンプレートは1週間限定の公開です。最後まで動画を見てくださったみなさんには絶対に手に入れてほしいので、今すぐLINE登録してメッセージを送ってください！

最後までご視聴ありがとうございました。

それでは、またお会いしましょう。

※上記台本作成に伴う要素を分解して掲示したリンクを貼付いたしますので参考としてください

📁 ポートフォリオ要素分解