

売上アップを実現する SNSの上手な活用術

SNSでの ライブ配信の 勘どころ

SNS を上手に利用すれば、たとえフォロワー数が少なくとも、コストをかけずに新規顧客を獲得し、売上アップにつなげることができます。その活用術を紹介します。

株式会社SYK

掲載(予定)テーマ

喜多野 修次

vol.21 SNS でのライブ配信の勘どころ

vol.22 コンテンツを充実させるネタ発想のヒント

vol.23 SNS 広告を活用するには

vol.24 SNS を採用につなげる

vol.25 SNS 担当者の変更・引継ぎの勘どころ



vol. 21

今回は、SNSでのライブ配信について、深掘りして解説します。

求められる 事前準備とは

(1) 目的・目標の設定

SNSでライブ配信を行なう際は、まず、その目的・目標を設定します。

ライブ配信の同時接続視聴者数は、総フォロワー数に対して1〜

3%を目標としましょう。また、成約率は、単価等により異なりますが、5000円未満の商材の場合、総視聴者数の10〜20%くらいを目標にできるとよいでしょう。

(2) 開催日の設定

ライブ配信は、金曜の夜や日曜の夜などは避け、フォロワーが落ち着いて視聴できる日時を選んで開催しましょう。

曜日や時間を変えて視聴者数をテストしながら、最適化していくとよいでしょう。

(3) 所要時間の目安

ライブ配信は、短過ぎても伝えられることが限られますし、長過ぎても視聴者は離脱してしまいます。所要時間は、30分〜1時間を目安に設定して、時間どおりに終えるようにしましょう。

(4) 事前告知・集客

ライブ配信の前日もしくは遅くとも5時間前までには、LINEやメルマガ、Instagramストーリー等で事前告知をしましょう。

(5) 配信環境の整備

配信は、清潔感のある部屋で行ないましょう。観葉植物などを配置すると印象がよくなります。

カメラは、顔と近過ぎず遠過ぎずの位置に設置します。画面が明るくないと、怖い、暗い、貧相などネガティブな印象を与えてしまうため、なるべく柔らかな光(日中であれば自然光)の当たる場所で配信します。光が強過ぎると、顔がテカったり、顔色が悪く見えたりするので注意しましょう。

清潔感があつて、いつも同じ印象の格好をすれば、フォロワーに覚えてもらいやすくなります。

ライブ配信の 台本作成の勘どころ

ライブ配信を行なう際は、必ず台本を用意しましょう。台本作成のポイントとは、次のとおりです。

(1) スタート

冒頭では、視聴者からのコメントを誘発するようなコミュニケーションから入っていきます。

「こんにちは!」「見えていますか?」「音声聞こえていますか?」などと質問を投げかけると、フォロワーからコメント等リアクションを得られます。

(2) タイトル

冒頭でフォロワーとコミュニケーションがとれたら、ライブ配信のタイトルを読み上げます。

視聴者数を増やすために最も重要なものが、タイトルです。タイトルを魅力的にするためには、テーマが近い書籍やセミナーのタイトルをリサーチしてみると参考になるでしょう。

(3) 興味付け

タイトルを紹介したあとに、このライブを最後まで見ることで得られるメリットを簡単に添えると、視聴者維持率が伸びやすくなります。

■アーカイブの例 (Instagram)



(4) 本題

タイトルを読み上げ、興味付けを行なったら本題に入ります。

ただし、だからだと話してはいけません。まずは、「今日話すポイントはこの3つです!」と結論を先に伝えます。その後で1つずつ理由付け、補足説明をしていくと、話が体系化されて聞きやすいライブ配信になります。

(5) まとめ

最後に、ライブ配信のポイントをおさらいして終わります。

ライブ配信中に意識すべきこと

(1) 抑揚をつけて話す

ライブ配信では、抑揚をつけて話すことで、内容が伝わりやすくなります。話し方が上手な人のライブ配信を見て、聞いて、真似ることが上達への道です。

(2) 断言する

「うな気がします」「たぶん」などと思うなどの曖昧な表現は説得力に欠けるものです。

「私は〜だと思ふ!」「大事なのは〜だ!」など、無理のない範囲で断定すること意識して話す、説得力が増します。

(3) 早口で話す

人は、ゆっくり話されると眠くなってしまう。

脳に適度な緊張感を与えるくらいスピードを意識して話す、ライブ視聴維持率が伸び、最後まで見てもらいやすくなります。

(4) 身振り手振りをつけて話す

心理学でいう「メラビアンの法則」によると、人は情報の55%を視覚情報から得ているといわれています。ボディランゲージを使用することで、話に説得力が増し、ライブ視聴維持率が伸びます。

(5) 笑顔を織り交ぜる

人は真顔で話されるよりも笑顔で話されるほうが、ポジティブな感情になりやすいものです。ライブ配信の際は、笑顔をキープすることを意識しましょう。

ライブ配信で対談しよう

自社と同程度のフォロワー数の企業の担当者、対談でコラボライブを行なうのも一法です。同業者であれば互いのフォロワーを紹介し合え、1回のライブでフォロワーが数十人〜数百人増えることもあります。シナジーが起きそうな同業者間で対談ライブを企画してもよいでしょう。

音声だけのライブ配信について

企業担当者のなかには、SNS上での顔出しに抵抗がある人も少なくありません。その場合、顔出

しせずに音声だけでフォロワーとコミュニケーションを取れる「Twitterスペース」等を活用するのも一案です。

最近では、ベンチャー企業の経営者がポッドキャストやPodcyなどでラジオ番組を持つケースも多く見られ、電車の移動中などに音声で情報を得たいビジネスマンなどから評価されています。

顔出しができない場合は、音声のみのライブ配信も積極的に取り入れていくとよいでしょう。

アーカイブ活用のポイント

ライブ配信後は、アーカイブ(録画)が残ります(上図)。リアルタイムで視聴できなかったフォロワーはアーカイブで視聴することも多く、再生回数はライブ配信時の視聴者数の5倍以上に伸びることもあります。

ライブ配信後はアーカイブを必ず残して、視聴者数を底上げしましょう。ただし、ライブを配信してから3日以上経過すると再生回数はさほど伸びなくなります。統一感を保つためにも3日以上前に行なったライブ配信のアーカイブは削除してもよいでしょう。

きたの しゅうじ フリーランスを経て、株式会社SYKを設立。1000アカウント以上のSNS運用実績をもとに、SNSマーケティングのコンサルティング・運用代行サービスを行なう。著書に『SNSで人を集める!』など。