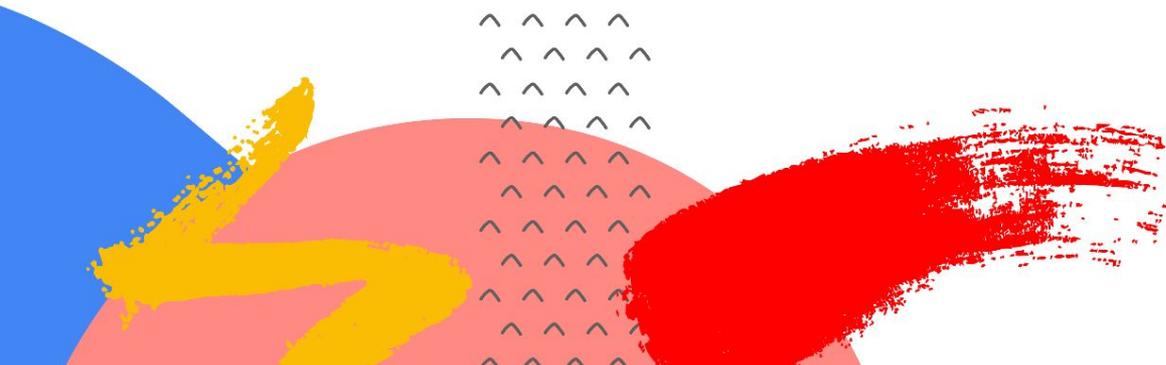
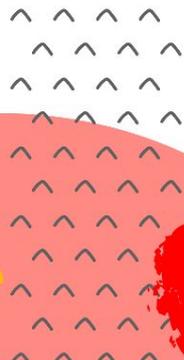
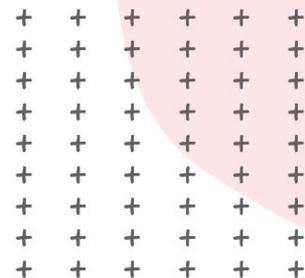


ブランドの確立 - ブランディング とビジネススキル



ワークショップ 3: ブランドの確立 - ブランディングとビジネススキル

内容のまとめ

前回のワークショップでは以下を説明しました。

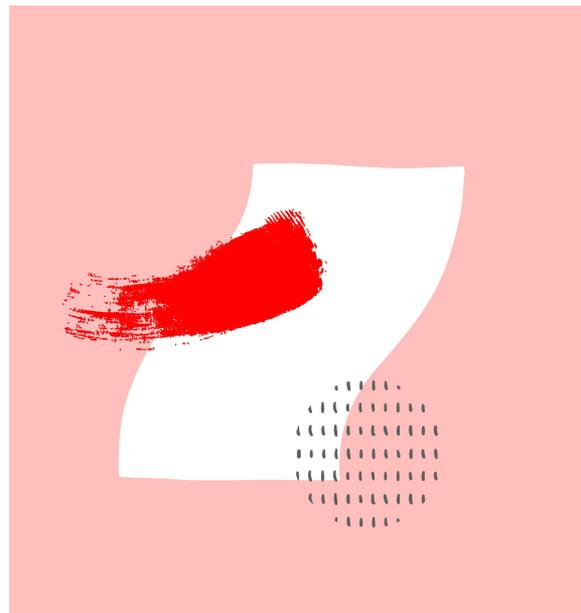
視聴者の理解と特定

機材の設定

動画フォーマットの確認とコンテンツの作成

パッケージ

公開



内容

01

コンテンツの宣伝

02

チャンネルのブランディング



ワークショップ 3: ブランドの確立 - ブランディングとビジネススキル

重要事項:

- 今回のセッションの情報はすべて、**秘密保持契約**の対象であり、このグループの専有情報です。
- 今回提供される情報をこのグループの外部で共有することはできません。

よろしくお願ひいたします。



ワークショップ 3: ブランドの確立 - ブランディングとビジネススキル

内容

ブランディングとは何か



- ブランディングのコンセプト
- ブランディング戦略

目指すブランドになる



- ブランディングのデザインガイド
- コミュニティの構築

リブランディングのタイミング

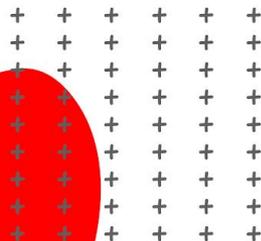


まとめと課題

ワークショップ 3: ブランドの確立 - ブランディングとビジネススキル

目的

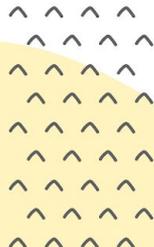
- **ブランディングの確立と構成要素** について学ぶ
- YouTube で**ブランドを構築する 6 つの重要なステップ** を把握する
- チャンネル構築における **デザインの基礎** を理解する
- **ブランドとしてコミュニティを構築し、コミュニティと交流する** 方法を確認する
- **チャンネルのリブランディングのタイミング** とその方法を知る



ワークショップ 3: ブランドの確立 - ブランディングとビジネススキル

ブランディングが重要な理由: チャンネルの責任を負うのはクリエイター

- ブランディングは、視聴者に **一貫したメッセージを届ける** ための鍵となるものです。
- ブランドを明確にすることで、クリエイターとしての **存在感を高め、コンテンツをより多くの視聴者に届ける** ことができます。
- **基本的なデザイン** では何が効果的で何が効果的でないかを理解することが、あらゆる制作活動において重要です。
- 一貫性のあるブランドとしてコミュニティと交流することで、**ロイヤリティを獲得** できます。
- ブランドを **進化させるタイミング** を知ることが、長期的な成功につながります。



はじめに



はじめに

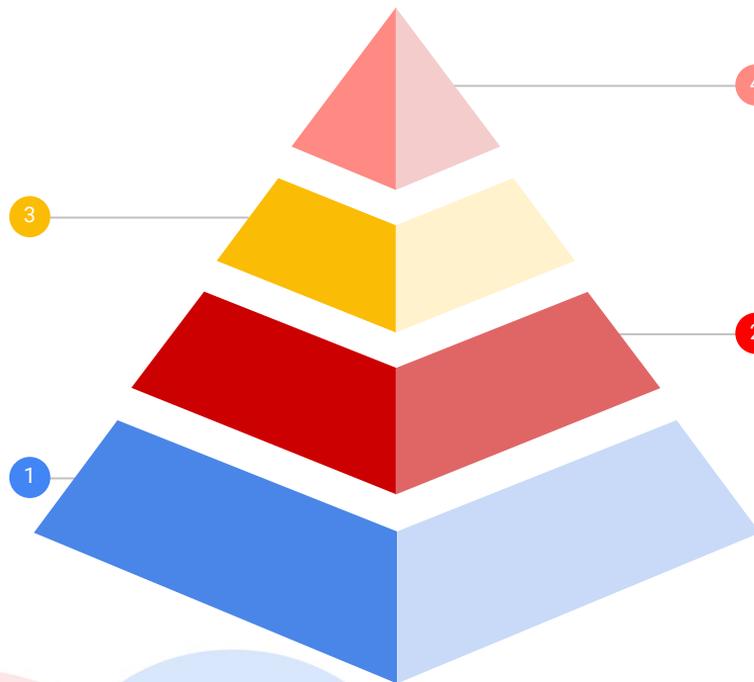
ブランドの構成要素: 開発のステージ

反応 視聴者は何を感じていますか？

ブランドは視聴者に親しみやすく好ましい感情を与えていますか？

自己認識 あなたは誰ですか？

ブランドを明確に定義して、幅広い認知を獲得しましょう。



関係 視聴者をファンにできますか？

ブランドに対する深い真のロイヤリティを視聴者やファンに感じてもらうには？

意味 あなたの目的は？

あなたにしかない魅力とは？あなたの価値提案は何ですか？



はじめに

ブランドを作り上げる: ブランディングの原則

1

存在感を示す

発信しないまま放置しない

2

一貫性を保つ

ただし新しいチャンスも受け入れる

3

差別化を図る

目立つことで注意を引く

4

好きなものをテーマにする

効果が高いものを繰り返す

5

独自のアセットを作成する

自分だけのスタイルを見つける

6

記憶に残るパターンを築く

行動を忘れられないものにする

チャンネルのデザイン



チャンネルのデザイン

デザインの原則

色

500 番の色をメインカラーとして、それ以外の色をアクセントカラーとして使用します。プライマリーパレットから3色、セカンダリーパレットから1色のアクセントカラーを選択して、色の数を制限します。

Primary - Indigo		Accent - Pink	
500	#3F51B5	A200	#FF4081
100	#C5CAE9	Fallback	
500	#3F51B5	A100	#FF80AB
700	#303F9F	A400	#F50057

Example of a primary color palette

Example of a secondary palette

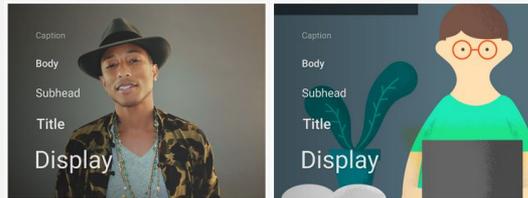
画像

意味のある要素がほとんどないシンプルな画像を使用します。ストックフォトの使用を控え、本物の画像を使うようにしましょう。



タイポグラフィ

異なる文字サイズやスタイルがいくつも混在していると、レイアウトが台なしになるおそれがあります。テキストの色が背景の色と近すぎると、文字が読みにくくなります。一方、コントラストが強すぎても読みやすさは低下します。これは特に、暗い背景に明るい色のテキストを使った場合に当てはまる現象です。



Contrast over image

Contrast over illustration

チャンネルのデザイン

アイコン



写真のアイコン:

シンプルな人物写真をチャンネルのアイコンとして
使用できます



ブランドのアイコン:

ホストのいないチャンネルにはチャンネル名を使用します



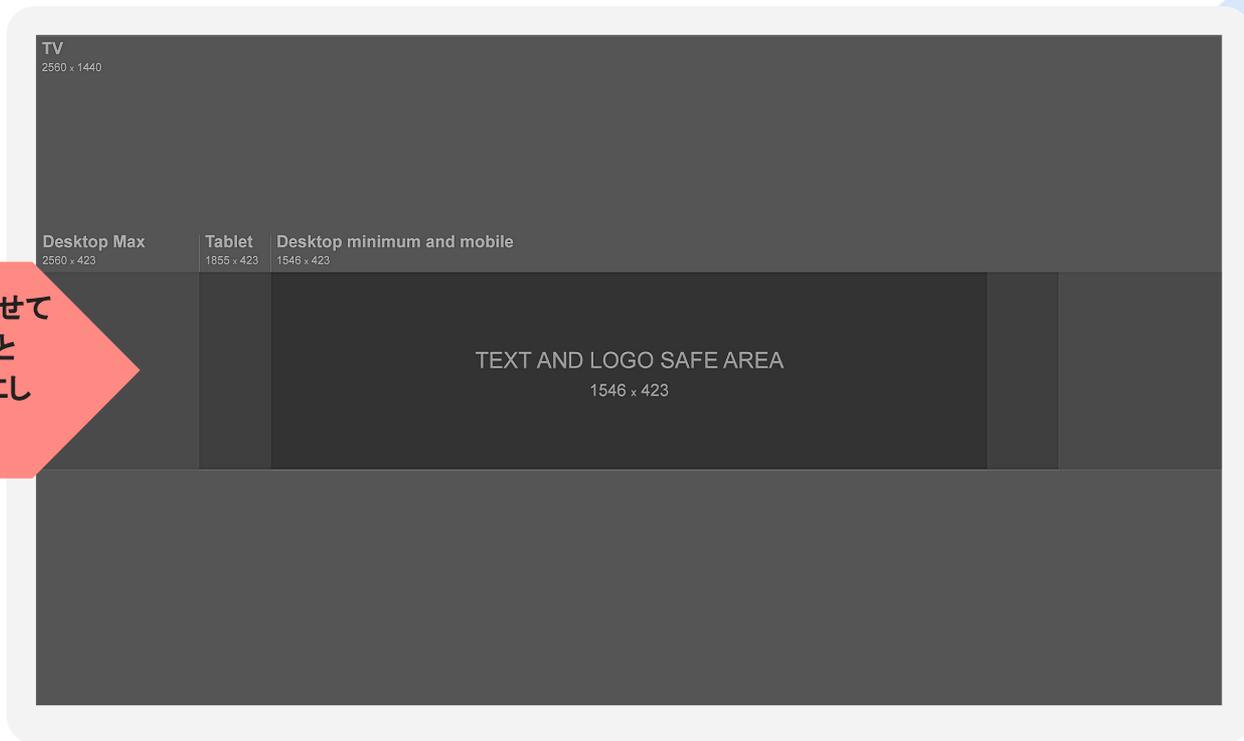
ロゴのアイコン:

シンプルでわかりやすいロゴマークも親近感を沸かせます

チャンネルのデザイン

バナー

バナーを YouTube の仕様に合わせて最適化し、ブランドを示すデザインとチャンネルのトピックを伝えるようにします。



チャンネルのデザイン

カスタム サムネイル画像

初級



中級



上級



Jimmy's BIG Adventure! Brasil! 2014!

Join former US International and KICKTV's faux-journalist-in-chief Jimmy Conrad as he travels around Brasil for the 'Adventure!' Brasil 2014!



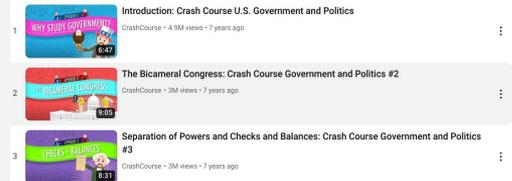
Jimmy Conrad's BIG Adventure, Brasil 2014!
KICKTV ES
89,132 просмотра
• 10 месяцев назад



Is This the BEST Fan at the World Cup?
KICKTV ES
49,122 просмотра
• 10 месяцев назад

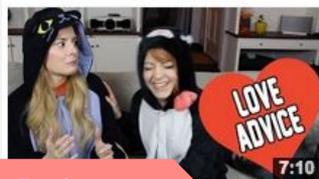


Brazil vs Croatia: That #Terrible Penalty Call
KICKTV ES
84,141 просмотр • 10 месяцев назад



チャンネルのデザイン

動画タイトルと YouTube 組み込みの機能



ブランドの一貫性を保つには、動画タイトルのフォーマットを統一します

Grace Helbig



MORE SECRETS // Grace Helbig



JANUARY FAVORITES // Grace Helbig



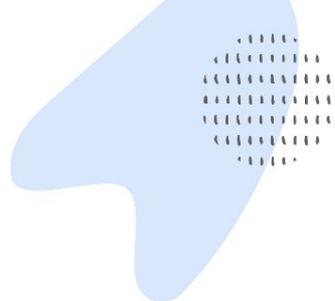
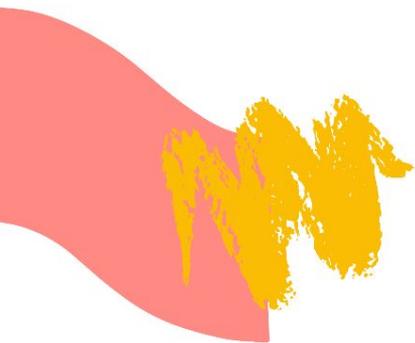
I ALMOST SH*T MY PANTS // Grace Helbig



YouTube に用意された機能も活用しましょう

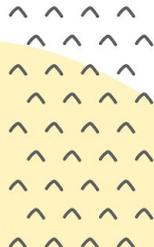
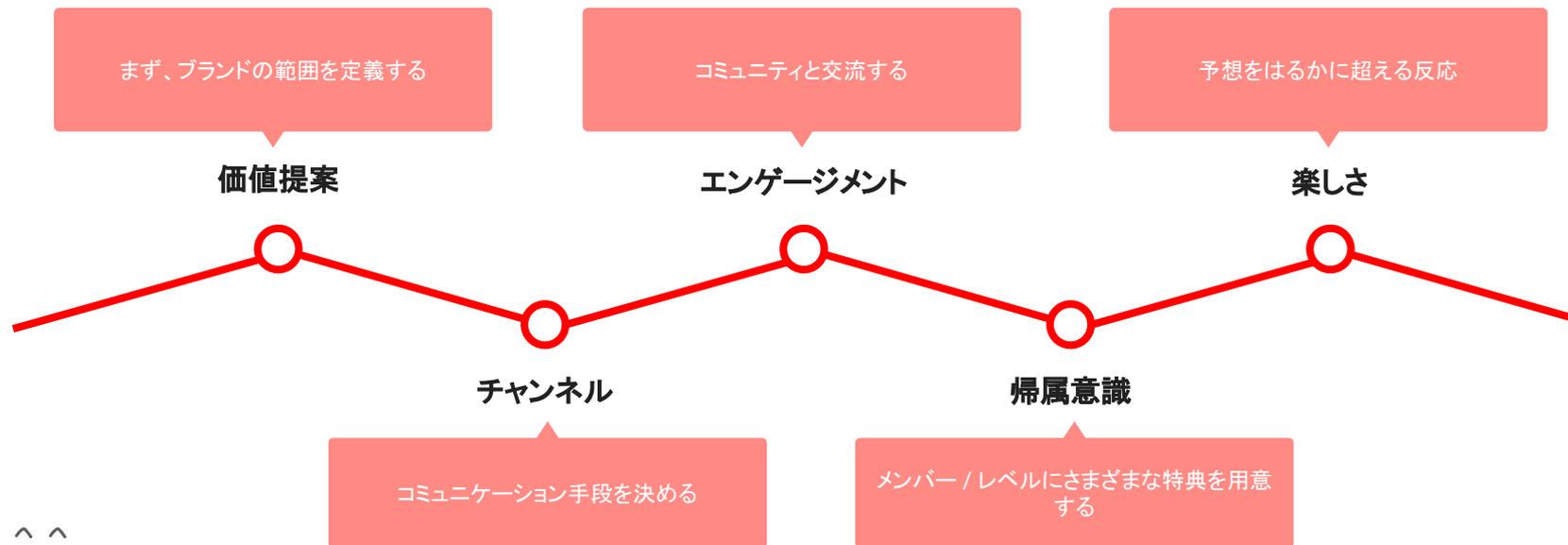


コミュニティの構築



コミュニティの構築

ブランド コミュニティの構築

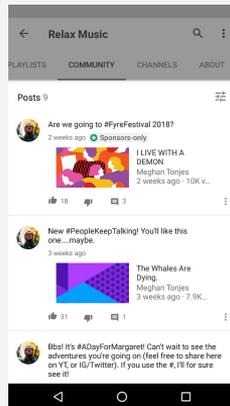
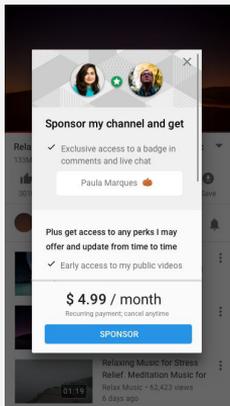
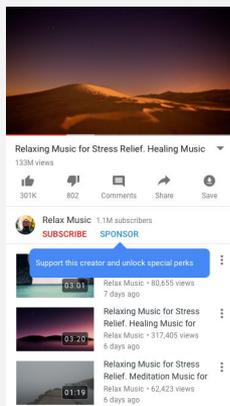


コミュニティの構築

ブランド コミュニティの構築

一体感を生み出す

メンバーシップ特典を用意したり、ファンのグループにニックネームを付けたりすることは、ロイヤリティを高める効果的な方法です。



予想をはるかに超える

ブランドグッズやイベント開催でファンを喜ばせましょう。



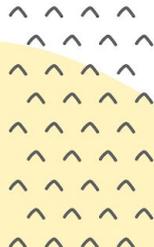
リブランディングのタイミング



リブランディングのタイミング

リブランディングを検討するタイミング

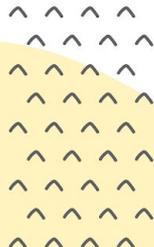
- 当初の基本理念から外れてしまったときや、コンテンツのフォーマットを拡大したいとき。
- 365 日以上にわたって、総再生時間と視聴回数が減少しているとき。
- 誤った印象を持たれてしまったとき。
- これまでとは異なる視聴者にリーチしたいとき。
- クリエイティブ フォーマットがサイト全体で減少しているとき。
- コメントで何か他のことを試してはどうかと提案されたとき。



リブランディングのタイミング

アクションプラン

- パーソナル ブランドを開発して、基本理念や全体的な方向性を定めます。
- お気に入りのクリエイターを選び、そのクリエイターが目を引く理由を3つ挙げましょう。自身のブランドに適用できるポイントは何ですか？
- ブランド デザインを作成します。
 - カラーパターンの選択：ジャンルや好みに応じて
 - フォントの選択：[Google Fonts](#) から無料で入手
 - ロゴの作成：自分の顔だけでもロゴになる



1

1つのチャンネルか、
複数のチャンネルか

1つのチャンネルと複数のチャンネルの考慮事項

複数のチャンネルを持つメリット

- 複数のブランドを持ち、一定の視聴者がいる
- コンテンツの表現が大きく違い、異なる視聴者をターゲットにしている(例: シリアスとユーモラス、大人と若者)
- コンテンツの負荷が高いことに起因する過飽和を避けるため(コンテンツの分類に区別できるカテゴリがある場合のみ有効)

複数のチャンネルを持つデメリット

- 作業量が増える
 - 関連しているのに異なる2つのチャンネルを維持するのは困難
 - 両チャンネルの鮮度と関連性を保つために、より多くのコンテンツを制作する必要がある
- 2つのチャンネルで視聴者が分割される
- 大きなチャンネル(登録者数)1つのほうが、動画の視聴者数を迅速に増やすことができる

リブランディングのタイミング

複数のチャンネルの例: The Guardian と Guardian News

The Guardian ✓
793,449 subscribers

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT 🔍

Fighting Shame

Fighting Shame
The Guardian ✓ 71K views 4 weeks ago
A group of women from Leeds share stories of poverty through eight everyday objects and the community initiatives they've launched to fight the shame that surrounds it, in a bid to start a dialogue...

Guardian Animations and Explainers ▶ PLAY ALL
Quick guides to complex stories

How Ukip normalised far-right politics
The Guardian ✓ 24K views 1 week ago (CC)

Why we should be paying more for parking
The Guardian ✓ 28K views 3 months ago (CC)

The disturbing truth about teaching in America
The Guardian ✓ 45K views 5 months ago (CC)

Is Brexit definitely going to happen?
The Guardian ✓ 473K views 5 months ago (CC)

How Sex and the City appropriated black culture
The Guardian ✓ 31K views 5 months ago (CC)

Guardian documentaries ▶ PLAY ALL

Guardian News
302,654 subscribers

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT 🔍

Five Donald Trump tactics to watch out for
Guardian News • 94K views 1 month ago
In the two years since he took office, the US president has repeatedly deployed a number of tactics to try to get what he wants. We highlight five of Trump's most commonly used methods to make them...

The latest Guardian news ▶ PLAY ALL
The latest Guardian news video from around the world

Doug Cameron interrogates Michaela Cash: The cover...
Guardian News ✓ 3.8K views 2 days ago (CC)

Michaela Cash demands apology during fiery...
Guardian News ✓ 8.5K views 2 days ago (CC)

Jeremy Corbyn tells exiled MPs they were elected on a...
Guardian News ✓ 18K views 2 days ago (CC)

Tom Watson: Labour must tackle antisemitism to...
Guardian News ✓ 150K views 4 days ago (CC)

Angela Smith appears to describe people with Funny...
Guardian News ✓ 104K views 4 days ago (CC)

Brexit ▶ PLAY ALL
Stay up to date with news on the UK and European Union's Brexit negotiations

リブランディングのタイミング

1つのチャンネルと複数のチャンネルの考慮事項

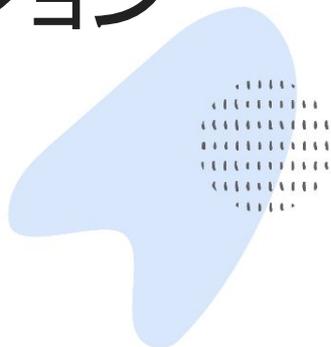
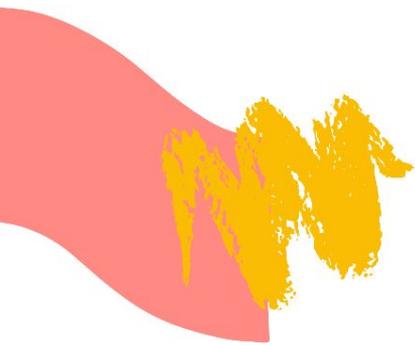
複数のチャンネル向けの戦略

- それぞれのチャンネルに合わせて**独自のスタイルや目的**を作る
- 各チャンネルをはっきりと区別できるようにすることで、**混同されることを避ける**
- さまざまな視聴者に合わせて、**異なるコンテンツを提供する**
- パッケージングやタイトルには、似ているが**区別できるスタイル**を使用し、コンテンツをリンクして差別化する

「2つ目」の新チャンネルの宣伝

- チャンネルの終了画面を活用して、**チャンネルやチャンネル登録を宣伝する**
- 新シリーズをリリースする場合は、新しいチャンネルの宣伝として、**実績のあるチャンネルでティーザーや最初のエピソードを紹介することを検討する**
- **説明欄にチャンネルのリンクを貼る**
 - 実績のあるチャンネルを使い、**音声で新しいチャンネルとその使命について宣伝する**

プロモーション



プロモーション

相互プロモーション戦略

ソーシャルメディアのアカウントや YouTube のさまざまな機能を活用して、ブランド自身や新しいコンテンツをさらに宣伝することを検討しましょう。

- **ソーシャルメディアでのプレゼンスを活用:** Snapchat や Instagram のようなプラットフォームでは、「上にスワイプ」などのプロモーション機能を活用して、既存のソーシャルオーディエンスにコンテンツを宣伝できます。
- **YouTube のサービス全体にわたる戦略を策定:** YouTube ストーリーやコミュニティでアップロードした動画の視聴者数を増やすために、コンテンツをどのように作成し、活用するかを検討します。プレミア公開やライブ配信に最適なアップロード動画を見極めて戦略を立てます。
- **行動を促すフレーズが重要:** YouTube コンテンツのプロモーションクリップや予告編は効果的ですが、視聴者に直接語りかける動画を投稿することが、新しいコンテンツをチェックしてもらう動機付けになります。

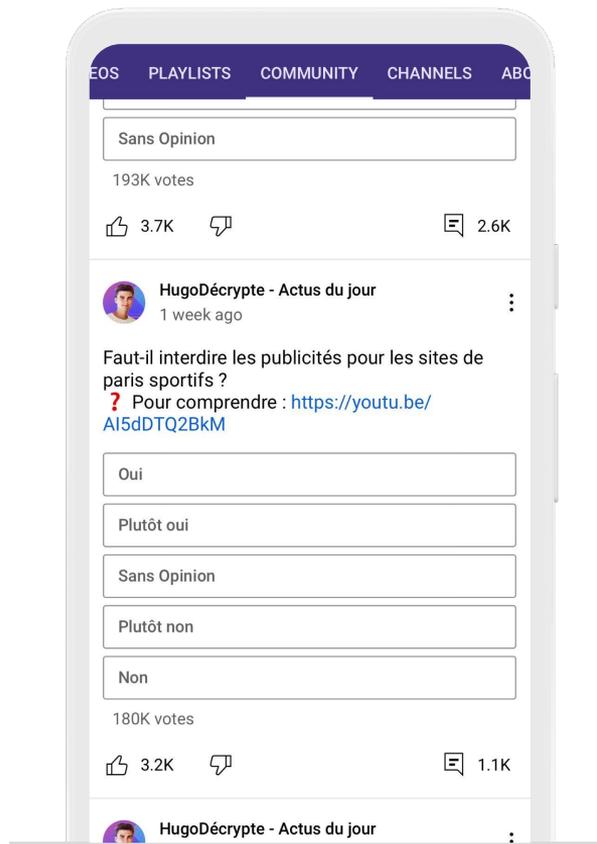


プロモーション

コミュニティ

視聴者とコミュニケーションを図り、交流するもう1つの簡単な方法は、コミュニティタブです。コミュニティタブの投稿に取り入れるべき人気のフォーマットを以下に示します。

- **GIF**。コミュニティ投稿の一部に GIF を使用すると、視聴者を(必要に応じて)喜ばせ、魅了し、ユーモアを届けることができます。コミュニティで特に注目を集める投稿の多くには、GIF が含まれています。
- **アンケート**。アンケートは視聴者を理解するのに最適な方法です。アンケートを使って、動画のトピック候補について視聴者に質問してみましょう。
- **動画**。YouTube コンテンツのプロモーション クリップや予告編は効果的ですが、視聴者に直接語りかける動画を投稿することが、新しいコンテンツをチェックしてもらう動機付けになります。

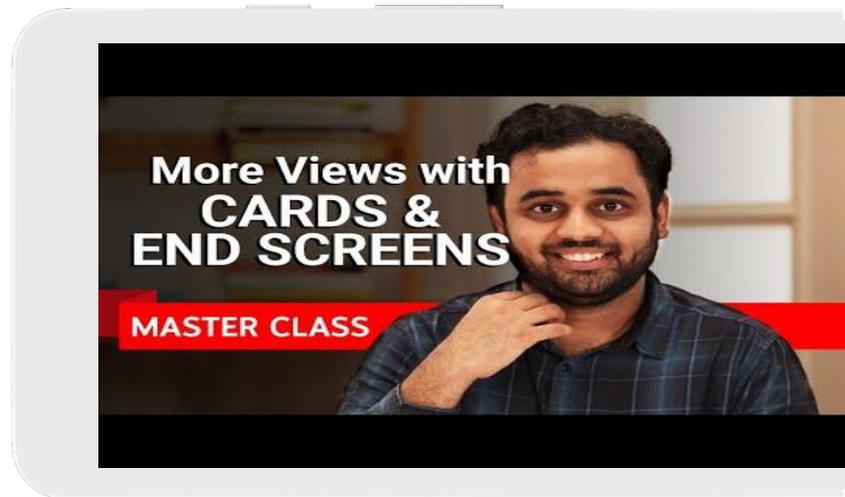


プロモーション

視聴者を誘導する

終了画面はチャンネルの総再生時間を長くするチャンスです。動画の最後の20秒間では4つまでの要素を視聴者に提示できます。

- **効果を最大化する。**終了画面は、画面上にリンクを表示した状態で、視聴者に別の動画の視聴や「高評価、共有、チャンネル登録」といった行動を促すフレーズを伝える、動画内の「エンディングメッセージ」と一緒に表示できます。
- **YouTubeカードを使用する。**カードとは、動画の右上に表示される通知のことです。適切なタイミングで動画にカードが表示されるようにしましょう。
- **よく考えて選択する。**終了画面で視聴を促す場合、その内容と視聴者との関連性が高いほど効果を発揮します。同じフォーマットやシリーズのエピソード間でトラフィックを増やすために使用するとよいでしょう。



アピールする方法

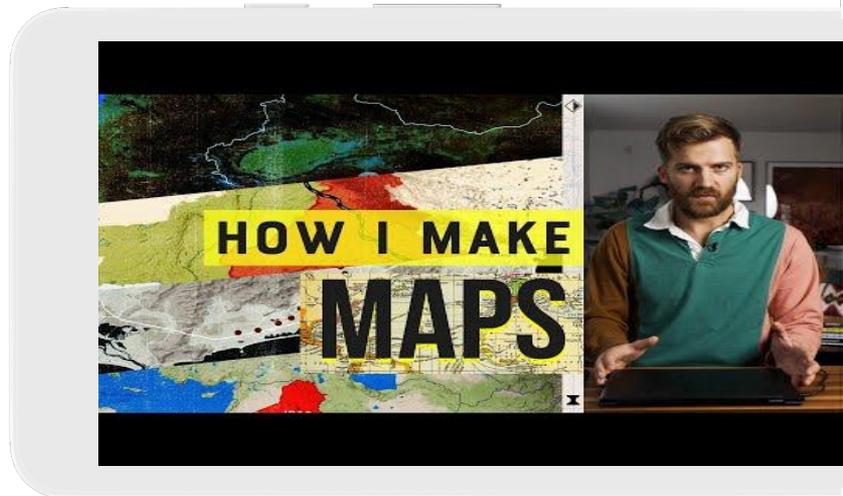


アピールする方法

独自性にフォーカスする

他のクリエイターよりも目立つための特に効果的な方法は、自分だけの視点(専門分野など)や個性といった、自分をアピールできる分野を活かすことです。

- **フォーカス**。独自性をいかす簡単な方法のひとつが専門分野です。ジャーナリストの場合は、選択した注力分野に取り組み、その視点を通してニュースのトピックやストーリーについて話し合うことで、独自性をアピールできます。
- **個性**。他のクリエイターとの差別化を図るもうひとつの方法は、個性をいかすことです。これは、トピックやストーリーで、知識、専門能力、バックグラウンドに基づく独自の視点を提示して、視聴者のニーズに応えたり影響を与えたりすることで実現できます。

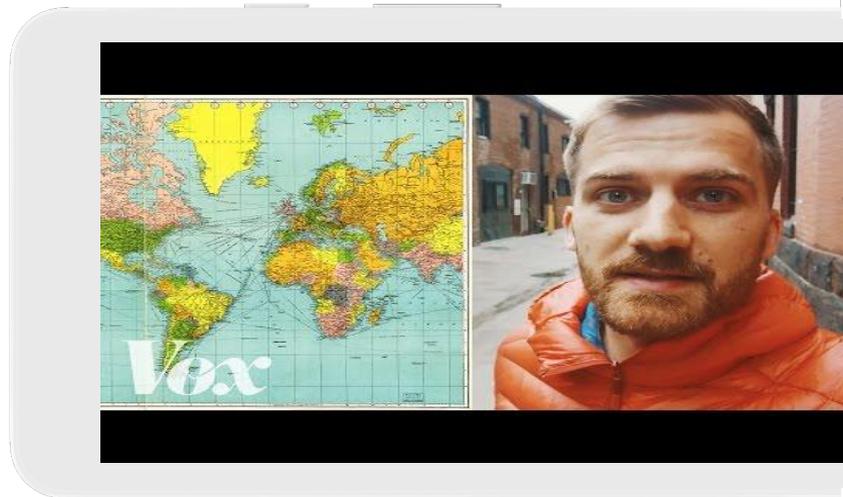


アピールする方法

視聴者に意見を求める

他のクリエイターと一線を画す別の方法が、視聴者の意見を取り入れてコミュニティを築き上げることです。コミュニティがあると、視聴者はクリエイターの使命に親近感を持てるため、コンテンツに対する視聴者のエンゲージメントをより深めることができます。

- **コンテンツについての意見を求める。** デジタルならではの双方向のコミュニケーション機能を活用して、視聴者の意見を聞いてみましょう。動画内のアンケートカード、チャットでのコメント固定、コミュニティタブ(アンケートまたは自由形式の質問)などを使って、視聴者にフィードバックを求めることができます。
- **自分の使命を応援してくれるようお願いする。** 視聴者にサポートをお願いすると、チャンネルとの一体感を感じてもらえます。ただ、これはクリエイター自身やその国の文化にとっては自然でも、地域によっては不適切な場合があります。また、これをきっかけに、チャンネルメンバーシップや同様のサードパーティの貢献プラットフォームを活用することを検討するクリエイターもいます。

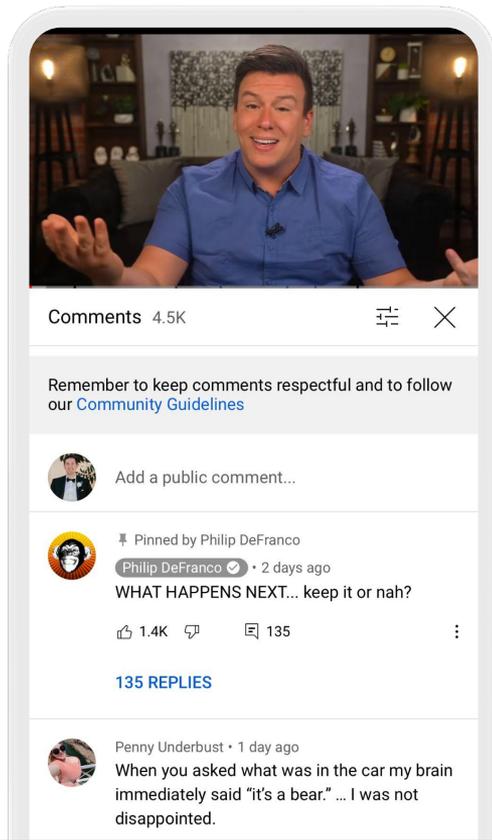


アピールする方法

会話をキュレートする

視聴者に対する YouTube でのプレゼンスの大きさや影響について考えるときには、次の点に注意してください。

- **ライブ配信中にエンゲージメントを図る。**特にライブ配信中は、Super Chat を有効にしたり、視聴者と交流したりすることを検討してください。その結果、追加の資金を調達できるだけでなく、視聴者により深くつながることができます。
- **コミュニティを育てる。**コメント以外では、ストーリーやコミュニティなどの機能が気軽に継続的な交流に最適です。
- **積極的にコメントする。**固定機能を使用してアップロード動画に関する会話を視聴者と始めたり、良いコメントをくれた視聴者には高評価を付けたりすることができます。
- **YouTube のツールを活用する。**ツールで**コメント**や**チャット**を管理し、より会話に集中できるスパムのない状態を維持します。



ジャーナリスト: 事例紹介

Hugo Décrypte

2015年にHugo Travers氏が始めたYouTubeチャンネル、HugoDécrypteは、現在チャンネル登録者数が50万人を超え、幅広いトピックやストーリーを紹介しています。HugoDécrypteでは、若い視聴者にニュースや時事問題をより身近に感じてもらうために、さまざまなフォーマットによるストーリーテリングやプレゼンテーションを模索しながら、チャンネルの成長を目指しました。

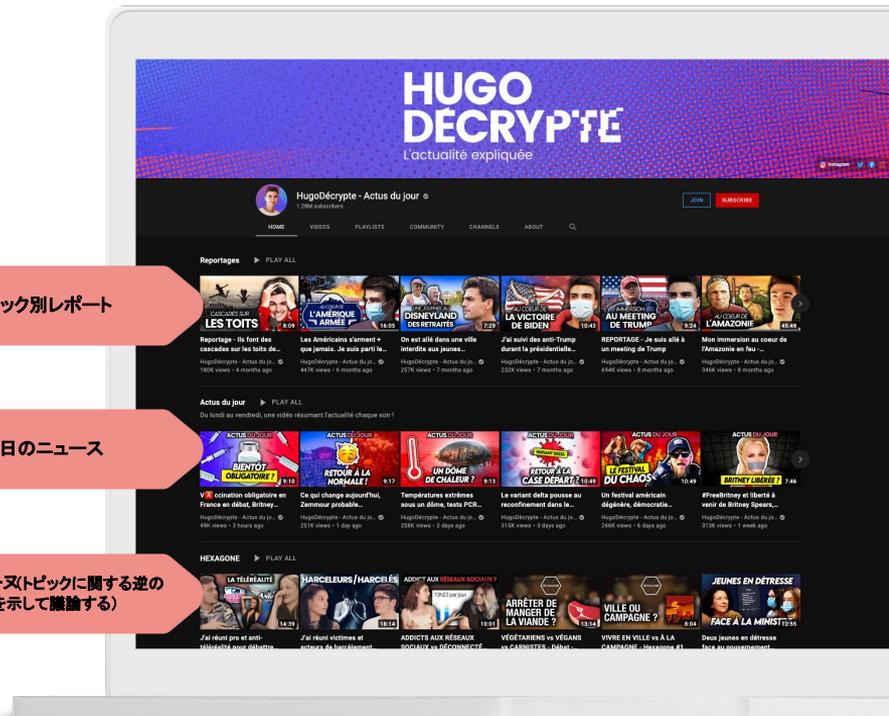
- **テストが成長をもたらす** 試行と学習を繰り返すことで、視聴者にとって最適なトピック、長さ、プレゼンテーション、スタイルの組み合わせを見つけることができます。
- **長編フォーマットを好む若い世代** ミレニアル世代とZ世代は、短くて簡潔なコンテンツに最も反応すると思われていますがHugoDécrypteはその逆こそが正しいことを発見しました。YouTubeの若い視聴者層は、長編のニュース報道を求め、それを評価し、そうしたオプションを提供するコンテンツに引き付けられていたのです。
- **規模拡大のために新しい表現方法を導入** 個性のおかげで今日のブランドにまで成長できた一方、それだけではチャンネルの拡大に限界があることに気付いた同氏は、さまざまなプレゼンテーション手段をテストしました。他のプレゼンターを招いて共同作業をしたり、若者が自ら議論をモデレートしている動画を制作したりしました。

結果: チャンネル登録者数は増加し、知名度も向上。1年間の試行錯誤の結果、HugoDécrypteのチャンネル登録者数は2倍近くまで増え、マクロン大統領へのインタビューも実現しました。

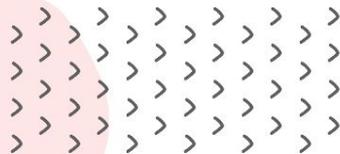
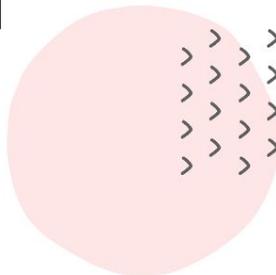
トピック別レポート

毎日のニュース

エグザゴースト(トピックに関する逆の視点を示して議論する)



質疑応答



ありがとう
ございました

