

 SHUTTLEROCK

# YouTube

---

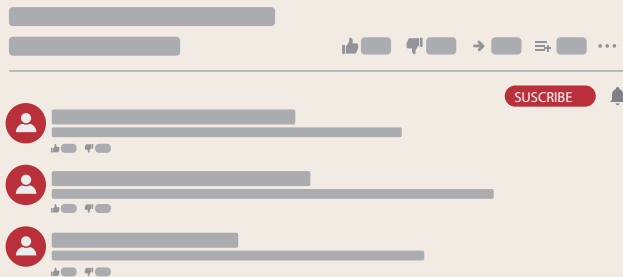
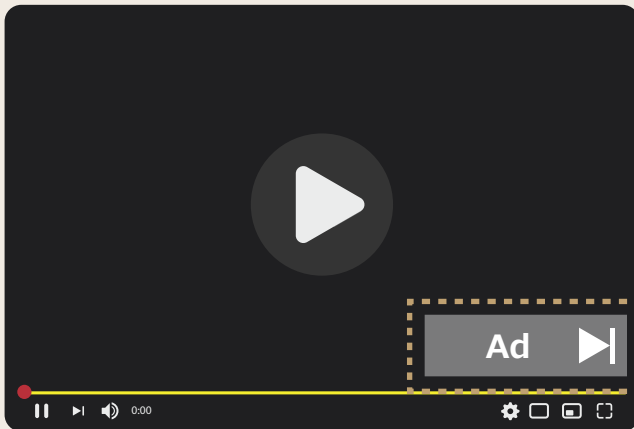
**YouTube 広告最適化 TIPS !**

**動画クリエイティブのベストプラクティス**

1

バンパー

6秒のスキップ不可の動画広告  
リーチ・検討目的（課金方：CPM）



2

TrueView インストリーム

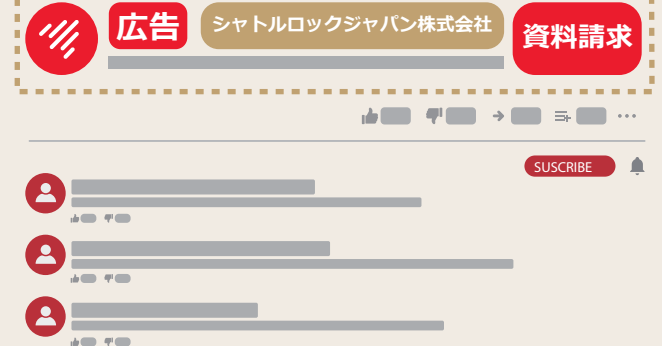
5秒でスキップできる動画広告  
認知・広告リコール・検討目的（課金方：CPV）



3

TrueView アクション

5秒でスキップできる、CTAが随時表示  
されるコンバージョン目的の動画広告  
コンバージョン目的（課金方：CPA）



Youtubeの動画広告で意識しておきたいポイントは4つにあります。

今回この **4** つのポイントに注目します。



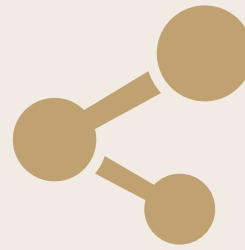
**Attract**

- 興味を引く -



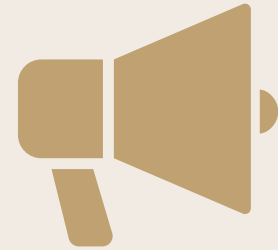
**Brand**

- ブランド -



**Connect**

- 繋げる -



**Direct**

- 誘導 -

1s



2s



4s



## Attract

- 興味を引く -



画面全体を活用し、商品やサービスを  
紹介し目立たせましょう。

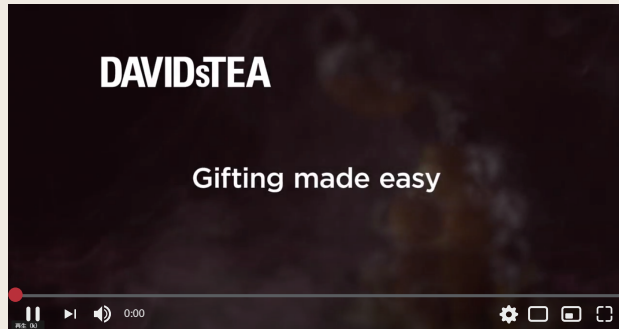


Trueview の場合、スキップされる前の最初の  
5秒が重要です。伝えたいメッセージを  
スピーディーに表現し、興味をひきましょう。



人物を入れ親近感をわかせる、  
面白いビジュアルで心をつかみましょう。

1s



4s



9s



# Brand

## - ブランド -



早い段階でブランドロゴ、サービスや商品を紹介すると、ユーザーがブランドと動画を脳内でリンクさせ、情報の処理速度が速くなると言われています。



ブランド特有なビジュアルやブランドカラーを活用し、競合との区別をつけるのも重要なポイントです。



音声ありで動画を視聴することが多いため、ブランド特有な音源があれば活用することをお勧めします。

2s



7s



15s



## Connect

- 繋げる -

- ✓ ユーザーに役立つ情報を伝えつつ、感情にも深入りするとエンゲージメントが上がります
- ✓ アクション・コメディー・そそる情報を動画に入れることで親近感を持っていただける動画に仕上がります。
- ✓ 芸能人、インフルエンサーや『自分みたいな人』も使うことによって、親近感をわかせましょう。

1s



8s



13s



## Direct

- 誘導 -



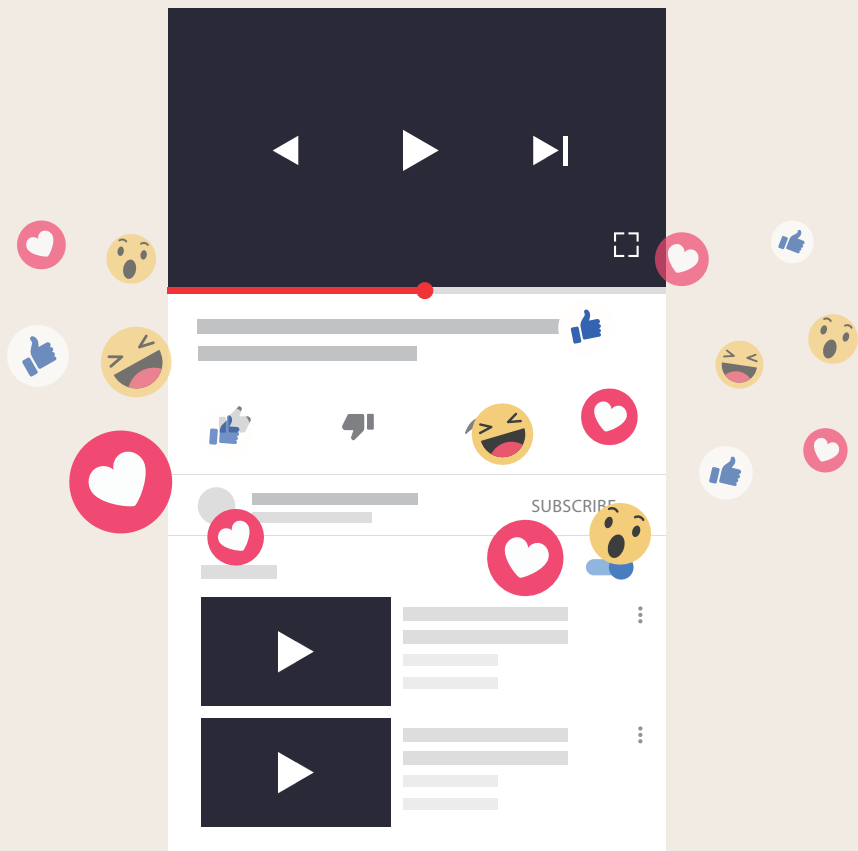
カードやアニメーション、ナレーションで目的は明確に伝えましょう。



キャンペーンで期間限定を伝えることで緊迫感を与、**CTA** がクリックされやすくなるのがわかっています。



「詳しくはこちら」より「予約する」など詳細を伝える CTA の方がコンバージョンを生みやすくなります。



 SHUTTLEROCK

# YouTube

---

**YouTube 広告最適化 TIPS !**

**動画クリエイティブのベストプラクティス**