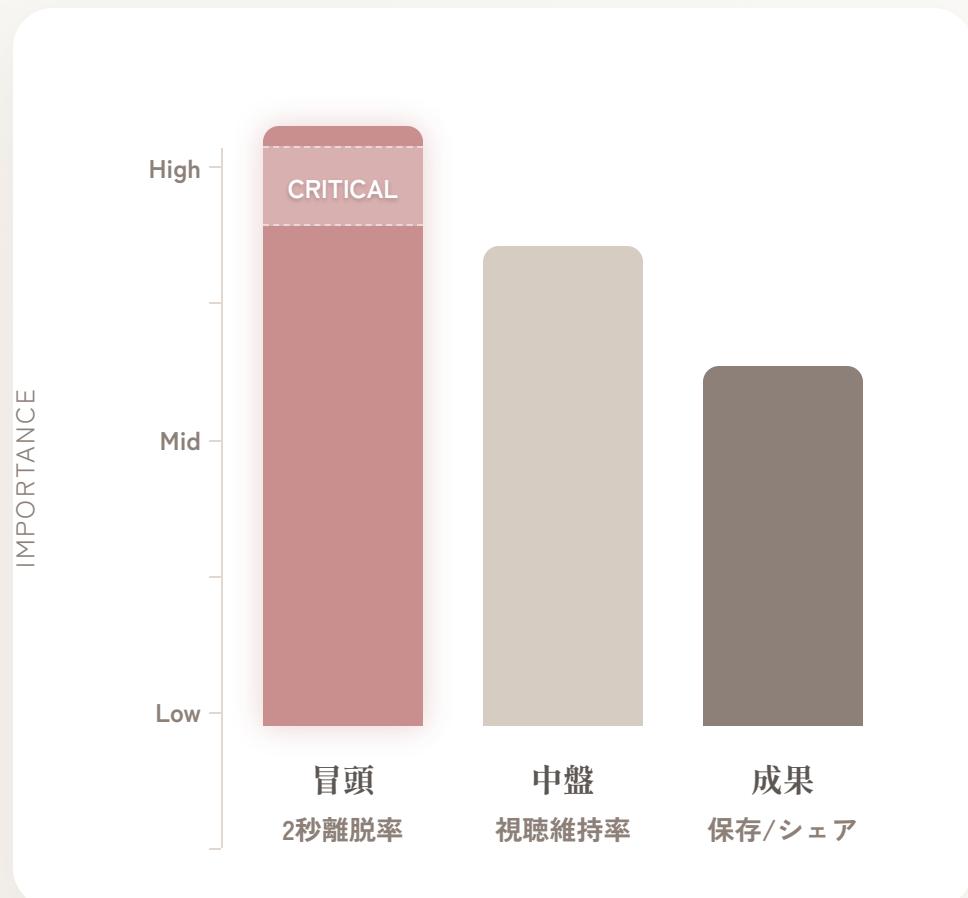


重要指標（KPI）の理解



冒頭2秒離脱率 = フック品質

動画の勝敗は最初の2秒で決まります。

離脱率が高い場合、企画か冒頭の演出を即座に見直す必要があります。



平均視聴時間 = 構成とテンポ

途中で飽きられていませんか？

ジェットカット不足や画面変化の単調さは、維持率の低下に直結します。



エンゲージメント = 情報価値

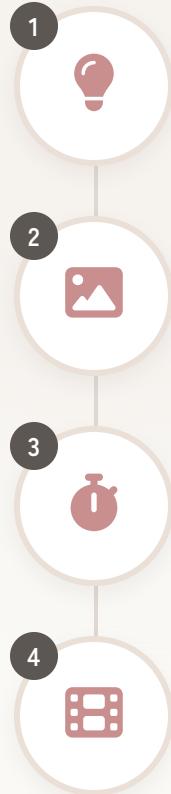
保存・シェア・コメントは「感情が動いた」証拠。

アルゴリズム上の加点評価が最も高い指標です。



◎ まずは「2秒離脱率」を改善し、次に「完全視聴率」を目指すのが鉄則です。

要因分析のフローチャート



企画・テーマ

需要はあるか？競合も伸びているテーマか？

NO →

改善策

リサーチ不足。切り口を変えて再撮影

サムネイル・1フレーム目

タップしたくなるか？文字は見やすいか？

NO →

改善策

表紙の画像・タイトル文字を変更する

冒頭2秒（フック）

すぐに離脱されていないか？インパクトはあるか？

NO →

改善策

冒頭を再編集。動きや結論を先に見せる

中盤・維持率

間延びしていないか？画面に変化はあるか？

NO →

改善策

ジェットカットで間を詰める。Bロール挿入

ABテストの考え方

A パターンA

☒ 切り口①：ノウハウ系

「誰でもできる簡単テクニック」

“ フックA：結論ファースト

「実は〇〇するだけで変わります」

▣ サムネA：シンプル

文字少なめ、商品アップ

B パターンB

! 切り口②：失敗回避系

「やってはいけないNG行動3選」

? フックB：疑問投げかけ

「まだ〇〇やってるんですか？」

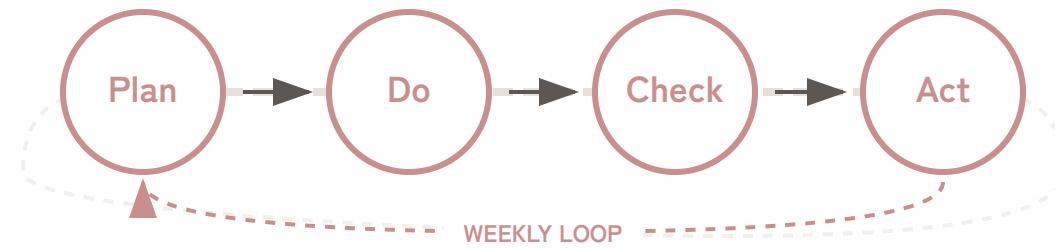
▣ サムネB：インパクト重視

表情アップ、警告色を使用

METHOD

投稿後24～48時間の主要KPI（再生数・維持率）を比較し、
「勝ち要素」だけを次の投稿へ継承する。

改善サイクルの回し方 (PDCA)

**Plan**

🔍 仮説・企画

インサイト数値を見て、伸び悩んでいる原因（要因）を特定し、改善のための仮説を立てる。

Do

⚠️ 再検証・実行

仮説に基づき動画を作成。ポイントは「**1要素のみ**」変更すること。複数を変えると原因が特定できない。

Check

⚡ 評価・分析

投稿後24時間のKPIを確認。変更した要素が数値（維持率やクリック率）にどう影響したかを確認する。

Act

▣ 資産化

効果が出た手法を「勝ちパターン」としてテンプレ化。これを週次で繰り返し、精度を高める。



「何となく投稿」を卒業しましょう。このサイクルを週1回回すだけで、3ヶ月後の成長曲線が劇的に変わります。