

帝国データバンク・中小企業大学校コロナ禍対応共同講座

YouTubeテレワーク 営業戦略サポート

第2講・クロージング編 YouTubeを用いた見込み客との信頼構築と販売提案

株式会社アームズ・エディション 代表取締役
一般社団法人 日本動画マーケティング協会 代表理事
菅谷信一

一般動画と限定公開動画

- 一般公開動画
Google検索対象となり、
広く世界中に配信。



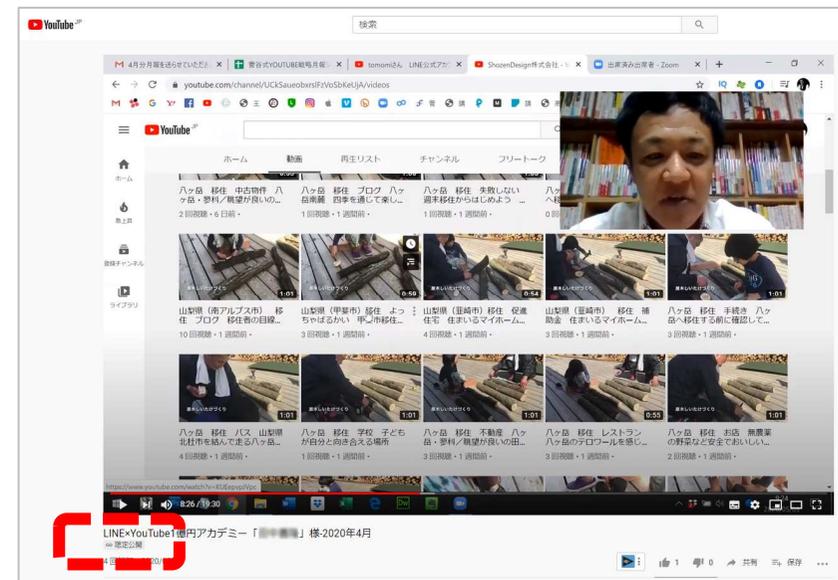
- 限定動画
関係者だけの公開。
Google検索対象にならない。



限定公開の投稿方法



アップロードのファイル選択時に「限定公開」を選択。



動画タイトルの下部に「限定公開」表示を確認。

限定公開動画で活用の幅が広がる

1
個別配信による
クロージング

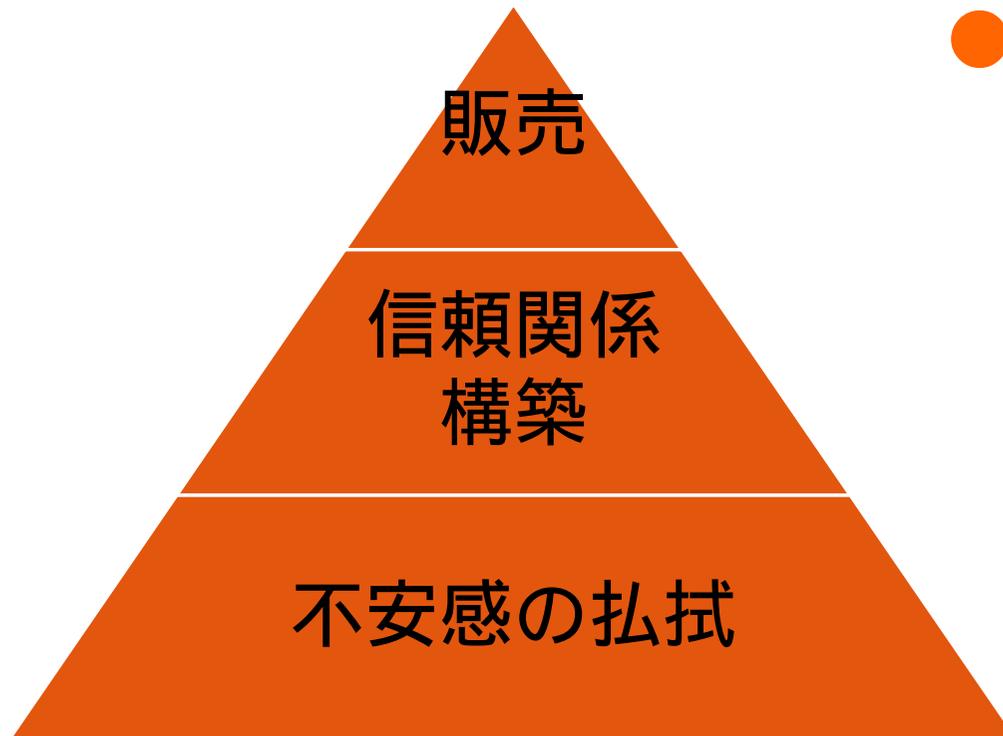
2
個別配信による
顧客フォロー

3
業務マニュアル
社員教育

4
有償コンサル
サービス提供

5
有償コンテンツ
販売

クロージングの原理・原則



●理想的なクロージングとは

強引なセールスや心理テクニックを使用しなくても、「不安感の払拭」「信頼関係構築」を重ねることで、自然に成約率は向上する。

この各場面にYouTube「限定公開」を使用する。

クロージング動画の7パターン

1
自己紹介
USP

2
質問への
回答

3
お客様
の事例

4
FAQ
の紹介

5
社内活動
報告

6
イベントの
お誘い

7
個別
販売提案

クロージング動画1「自己紹介・USP」1



- ShozenDesign(株)山梨県北杜市・住宅田中社長の例
「初回の限定公開動画送付では自己紹介とUSPに絞って配信。以降も複数回の動画を送信」

- ネット経由での問い合わせがあった見込み客に最初に送信する個別動画。
- 冒頭で必ず、見込み客のお名前を呼びかける。(個別感の重視)
- 自己紹介と併せて、同業他社との違い(USP)を説明。

クロージング動画1「自己紹介・USP」2

USP要素を導き出す5つの質問

- 1 あなたが絶対変えたくない方針・ポリシーは何ですか。
- 2 既存客は御社の商品、サービスを、どのように喜んでいきますか。
- 3 既存客はなぜ御社を選んだのだと思いますか。
- 4 他社に優っているところ・異なるところは何ですか。
- 5 御社のお客様の共通点とは何ですか。

クロージング動画1「自己紹介・USP」3

USP要素をまとめて成文化

当社は

()と

()

が強みの

()

がナンバーワンの会社です。

クロージング動画1「自己紹介・USP」4

USP構築で差別化を図った成功事例

笠間市のガス・住宅設備屋さん
株式会社フカソー

24時間365日受付付けています！
会社案内 お問い合わせ ☎0296-77-7665

どんなときでも電話一本で駆けつけられる安心感。
創業50年の「一生つきあえる」ガス・住宅設備屋さんです。

営業サービス目録 フカソーが選ばれる5つの理由 安心安全なスタッフの想い お客様ご満足の声 イベント案内

笠間市のガス・住宅設備のことはフカソーにお任せください。
わたしたちは笠間市の「もっと安心」「もっと快適」な住環境をトータルサポートいたします。
地域の皆さまの暮らしに欠かせないガスから太陽光まで、この街のエネルギーを支えます。

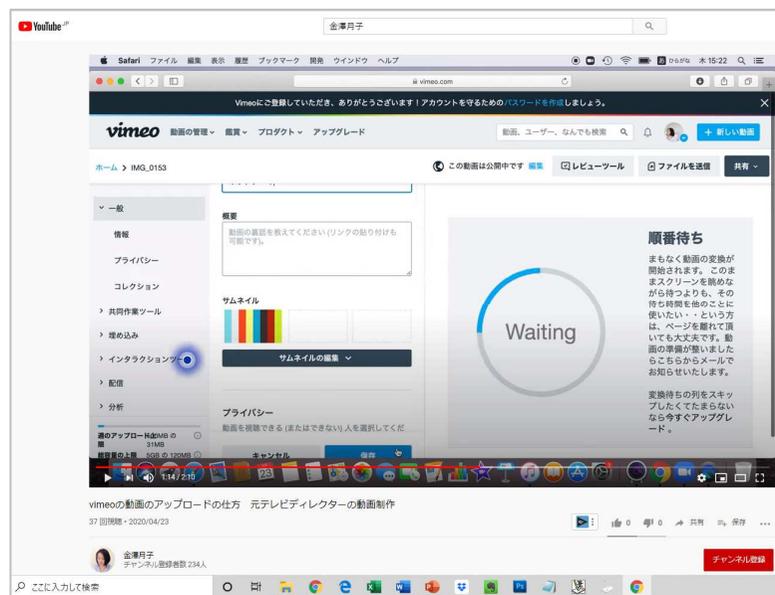
最新情報

- 2014年10月1日(水)
(株)フカソーと設備設備(株)が合併し、株式会社フカソーになりました。より一層お客様へのサービス向上に取り組んでまいります。
- 2014年6月17日(月)
リフォーム事例追加しました。
5棟邸 浴室リフォーム
5棟邸 キッチンリフォーム
- 2014年5月18日(日)
5年5回ご賞状ありがとう祭り開催
- 2013年10月21日(月)
太陽光発電事例追加しました。
産業用太陽光発電システム設置
- 2013年10月21日(月)
リフォーム事例追加しました。

(株)フカソー www.fuka2.jp

当社は、トラブル発生時には地域ガス販売店の中で最短の20分以内に駆けつけるので、ガス給湯器の故障に即対応でき、あなたの生活の不便を最低限度に抑えます。

クロージング動画2「質問への回答」



- MoonCreate/埼玉県蕨市
金澤月子さんの例
「複雑な質問を動画で解説。
次の販売段階へスムーズに進行。」

- 見込み客からネット経由で
頂いたご質問に、個別動画
で回答をする。
- 現物・現地を実際に映した
り、PC操作やパソコンの画
面などを紹介すると効果的。
- 冒頭で見込み客のお名前を
呼びかけ。

クロージング動画3「お客様の事例紹介」



- ギャラリーM.a.k/北海道函館市
真柄周二さんの例
「お客様の満足度が伝わる動画を内外の
旅行代理店に個別送信して取引先開拓。」

- 他のお客様の事例を紹介することで、見込み客は自分の将来像をイメージでき、不安感の払拭につながる。
- 業界・顧客属性などが近い既存客の事例は見込み客に安心感を与える。

クロージング動画4「FAQの紹介」



●菅谷がネット経由での問合せに個別に説明・回答をしている例。

- 見込み客からネット経由で頂いたご質問に関連して、類似の質問に対する回答・説明を動画で行う。
- 見込み客が想定している疑問・質問に予め解説しておくことで不安感を払拭する。
- 冒頭で見込み客のお名前を呼びかけ。

クロージング動画5「社内活動報告」



- 目白接骨院/東京都豊島区
岡野達徳さんの例
「お客様と行く歩こう会イベントの報告。」

- 事業についてのトピックス、地域貢献活動、社内での動きなどについて近況報告を動画で。
- 経営理念を反映させた活動報告により、信頼関係構築を目的に。

クロージング動画6「イベントへのお誘い」

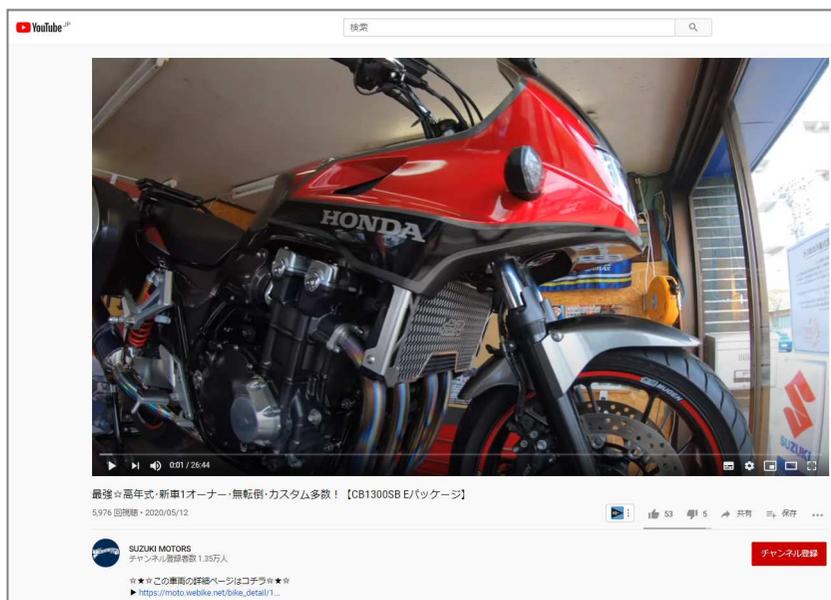


- 個太郎塾谷津教室/千葉県習志野市
鴨志田浩二さんの例
「問い合わせから個別面談に誘導。」

- 見込み客へのセミナー・見学会・イベントへの案内を個別動画で。
- 参加申込みがあった場合には、イベント前後に各一回配信。成約率向上へ。

イベント前・・・申込み御礼
イベント後・・・ご参加御礼

クロージング動画7「個別販売提案」



- SUZUKI MOTORS/山形県酒田市
鈴木貴大社長の例
「見積りやカスタムの金額、車両細部の
説明と併せて個別配信。」

- 購入・契約にあたっての不安点等を十分に説明した上で商品のご提案。
- 強引なセールス、販売期限の強調などを避ける。これまでのステップで信頼構築と不安感の払拭ができているため。

クロージング動画の送信方法

- LINE公式アカウントの個別配信(チャット)でURLを送信。



- EメールにてURLを送信。



クロージング動画の運用計画策定

区分	実施可否	実施にあたっての留意点
1.自己紹介・USP		
2.質問への回答		
3.お客様の事例		
4.FAQの紹介		
5.社内活動報告		
6.イベントのお誘い		
7.個別販売提案		

帝国データバンク・中小企業大学校 コロナ禍対応共同講座について

本講座（YouTubeテレワーク営業戦略サポート）は、「日本経済及び地域活性化の担い手である中小企業の役割の重要性に鑑み、コロナ禍の不安の中、厳しい経営環境にあっても人材育成に力を注ごうと考える中小企業を支援する」意図に賛同した帝国データバンクと独立行政法人中小企業基盤整備機構の共同企画での開催となります。

独立行政法人 中小企業基盤整備機構
中小企業大学校<https://www.smrj.go.jp/institute/index.html>

株式会社帝国データバンク
データソリューション企画部 経営コンサルティング課
TEL: 03-5775-1091（平日9時～18時）
MAIL: training@mail.tdb.co.jp