



ストーリー の活用事例

ストーリーを使いこなすための選りすぐりのベストプラクティスと、ファンとの交流にストーリーを活用しているクリエイターの事例をご紹介します。



おすすめの方法



新しい一面を共有する

現在、ストーリーはメインのアップロード動画の見つけやすさに影響することなく、チャンネル登録者と未登録者の両方に表示されています。これは、新しい視聴者に新しいコンテンツを見てもらう絶好の機会です。この機会を活かせるよう、積極的に新しいフォーマットを試したり、メインのアップロード動画とは異なる方法で視聴者に新しい一面を見せてみることをおすすめします。

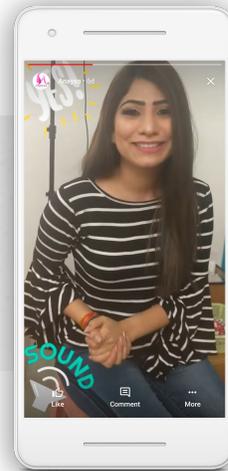
その好例がTheGrefgです。ストーリーを使用して、いつものゲームコンテンツではなく、仲間達との遊び心いっぱいの日常を紹介しています。



いつも新鮮に

メインチャンネルや他のプラットフォームからコンテンツを再投稿、再利用したいと思うかもしれませんがこれは視聴者離れにつながる可能性があります。複数のプラットフォーム間でコンテンツを繰り返し使用すると視聴者にマイナスの印象を与えることがわかっています。

YouTubeでのあなたとの交流の価値を高めもって視聴したくなるようなユニークで魅力的なコンテンツを提供して、熱心に応援してくれているチャンネル登録者(さらに、これから出会う新しい視聴者)の期待に応えましょう。



宣伝は節度を持って

現在、ストーリーから外部へリンクすることはできなくなっています。これは、宣伝だけを目的としたストーリーよりも、クリエイターのプライベートな側面を紹介するコンテンツや付加価値のあるコンテンツを見たいという視聴者のフィードバックに基づいた対応です。そのため、宣伝は必要な場合のみ行い、完結型で、視聴者に有意義な体験を届けられる楽しいコンテンツを使用することをおすすめします。

たとえば、Anaysaは初めての美容vlog(動画ブログ)を公開する前に、数日間にわたって視聴者にトピックを予測してもらうゲームに挑戦してもらうことで宣伝効果を高め、動画アップロード直後の勢いを加速しました。

注目のクリエイター

Linus Tech Tips の 舞台裏コンテンツ

最新のテクノロジーを思いのままに操る Linus Tech Tips は、ストーリーを使用して視覚効果の高い舞台裏コンテンツを作成し、チャンネルを支えている日々の作業や準備の様子を紹介しています。多くの人の関心を引くハイテク製品に焦点を当てることで登録していない視聴者にもアピールしつつ、ファンとのつながりを高めている方法が、ストーリーを作成する際の参考になります。



FashionByAlly のフォー マット

有効なストーリーが投稿されているクリエイターは、週あたりのチャンネル登録者数の伸び率が平均で 8.5% 高くなっています。これを踏まえ、できるだけ一定の間隔で、少なくとも 7 日ごとに動画を投稿して、視聴者が定期的にストーリーでコンテンツを見られるようにすることをおすすめします。これを実践するためには、手軽に作成できるフォーマットが適しています。たとえば、FashionByAlly の「Outfit of the Day (今日のコーディネート)」シリーズでは、毎日どんなスタイルのファッションを選ぶのかをテーマにすることで、常に新鮮なコンテンツを提供しています。



ItsJackCole の 視聴者とのつながり方

VOD (オンデマンド動画) よりも親密な交流の場を提供できるストーリーは、ファンに直接語りかけ、共通の目標に向けてファンに行動を促すことができるクリエイティブな方法です。このチャンスをうまく活用している例が ItsJackCole です。彼は Q&A を通じて、熱心なファンに呼びかけながらメインチャンネルのアップロード動画をフォローし、簡単にアクセスできるフォーラムでもファンからの熱のこもった質問に答えています。クリエイターに何でも聞ける質問コーナーを設ける、さまざまなトピックに関する雑学クイズを出す、今後の動画のアイデアに関する意見を求めるなど、自分のストーリー投稿に応用できる方法を検討してみましょう。

