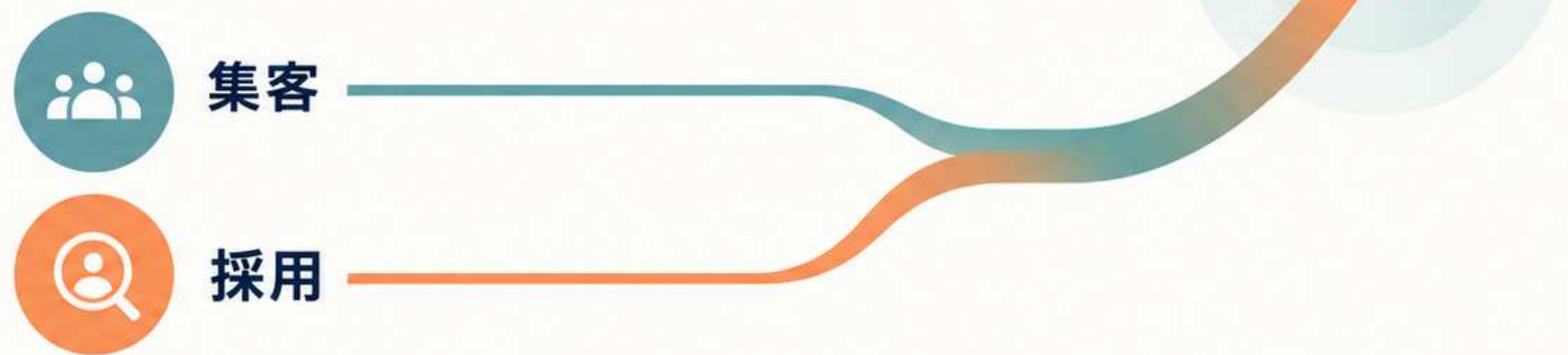


集客と採用を同時に強くする、 ショート動画内製化の全体設計

制作会社のノウハウを、社員が再現できる運営の仕組みへ。



集客と採用を一つの発信基盤でつなぎ、
自社らしい成長と一緒に育てていきましょう。

作り方ではなく、続け方まで決める。



集客と採用の目的を揃え、誰が・何を・いつまでに進めるかを決めましょう。

動画が作れないのではなく、運営が設計されていない。

運営のボトルネック



担当者だけが
正解を知る



修正理由が
好みになる



次の変更が
決まらない



繁忙期に
制作が止まる

止まりやすい場所を見つけ、集客と採用の発信を続けられる仕組みに変えていきましょう。

内製化の目的を一文にする。

制作・育成・運用の知見を、社員が再現できる運営標準へ。



発信の目的を一文に揃え、次の企画を社内で判断できる状態を目指しましょう。

全部を社内 で抱えない。

社内に残す判断



顧客理解



集客企画



採用企画



成果学習



外部で補う専門作業



専門撮影



高難度編集



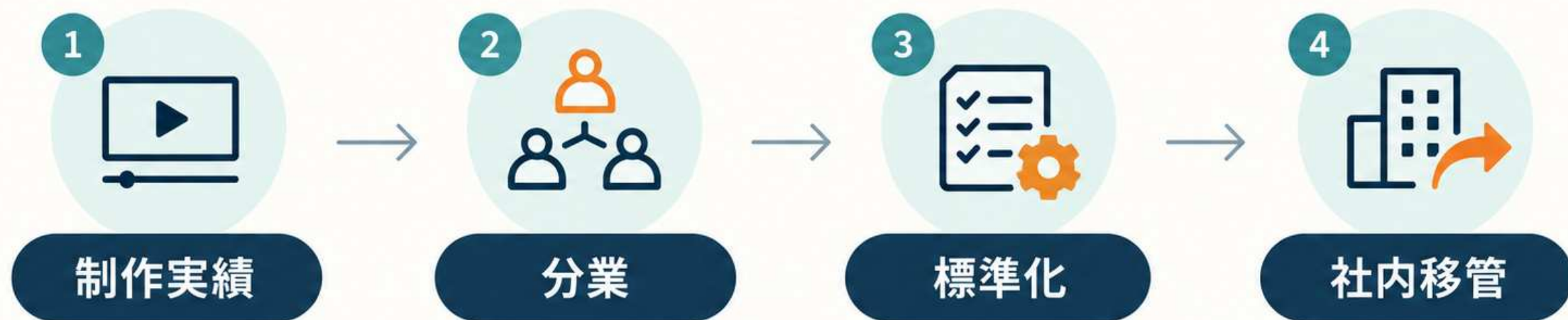
繁忙期対応



200社・3,000本超の制作経験

集客と採用の判断を社内に残し、必要な専門性を上手に取り入れていきましょう。

制作実務と育成実務を、同じ流れで教えられる。



集客・採用など目的の異なる動画を、複数人で速く品質を揃える。

実務の流れを自社に合わせ、集客と採用の両方で再現できる型へ育てていきましょう。

全員を万能にせず、責任の空白をなくす。



ディレクター

目的・期限



構成

台本



撮影

音・光・画角



編集

視聴体験



確認者

事実・ブランド



分析者

次の仮説



兼務しても、責任者名は一人にする。

得意を持ち寄り、集客と採用の発信を支え合えるチームを作しましょう。

制作開始前の合意が、 修正と停滞を減らす。



対象・伝えること・行動・確認者・公開日・見る数字を残す。

最初の合意を丁寧に揃え、**集客も採用も**迷わず進められる準備を整えましょう。

伝えたいことより、相手の判断を先に置く。



一つの疑問に、一つの答え

顧客と応募者、それぞれの場面から考え、伝わる企画を一緒に磨きましょう。

センスを、再現できるチェック項目へ変える。

01 撮影前 | 台本・許可・順番



02 撮影時 | 冒頭・音・光



03 編集時 | 字幕・テンポ・CTA



04 公開前 | 事実・権利・計測



必要カットを先に一覧化する。

集客でも採用でも品質を揃えられるよう、判断基準をチームの言葉にしましょう。

高機能より、チームで繰り返せること。



機材 | 最小構成



編集 | 基本操作



保管 | 最新版



管理 | 引き継ぎ



1週間で覚えられる



共有できる



場所が分かる



他の担当者へ渡せる

みんなが使い続けられる道具を選び、**集客**と**採用**の運用に馴染ませていきましょう。

判断は社内、変動と専門性は外部で補う。



習熟度・繁忙期・成果・リスクに応じて月次で見直す。

社内の判断と外部の力を組み合わせ、集客と採用の学びが残る分担を育てましょう。

再生数ではなく、目的までの流れを見る。



予算・期間・対象・導線の違いも記録する。

数字と現場の声を持ち寄り、次の発信と一緒に良くしていきましょう。

小さく試し、作る範囲を広げる。

01



0～30日 |
月4本の企画と撮影

02



31～60日 |
外部伴走で型を作る

03



61～90日 |
負荷と反応を見て移管

評価の観点



目的行動



担当者の負荷



修正理由の共有



次に残す型

成果保証ではなく、検証の進め方を示すモデルです。

集客と採用の両方で小さく確かめ、自社に合う範囲を広げていきましょう。

最初から完成形を目指さない。

01

0～30日

目的・役割・企画



02

31～60日

撮影・編集・レビュー



03

61～90日

数値・負荷・分担更新



続ける



役割を変える



外注を増やす



テーマを変える



一度止める

90日の学びを持ち寄り、集客と採用を支える運営へ更新していきましょう。

明日から作るのは、動画ではなく運営の土台。



集客と採用を一つの力に変え、自社らしい発信を一緒に育てていきましょう。

自社の内製範囲を相談する >