

広告・SNS運用・通販・営業動画の 制作実績から導く、用途別の勝ち筋

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。



用途ごとの違いを整理し、自社らしい勝ち筋を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。



判断と学習が社内に残る

広告・SNS・通販・営業の目的を揃え、**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。



止まりやすい場所を見つけ、用途が変わっても続けられる仕組みに整えていきましょう。

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。



完成本数だけでなく、次の企画を社内で判断できることをゴールにする。

用途別の違いを言葉にし、次の企画を社内で決められ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



用途選択



企画判断



成果学習



外部で補う専門作業



専門撮影



高難度編集



広告
クリエイティブ



繁忙期対応



200社・3,000本超の制作経験

用途別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。



広告・SNS・通販・営業など、目的の異なる動画を複数人で速く品質を揃える。



実制作担当が、企業の人員・目的・頻度に合わせて移す

実務の流れを自社に合わせ、用途が変わっても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、用途別の発信を支え合えるチームを作りましょう。

制作開始前の合意が、修正と停滞を減らす。

01



目的を集客・
採用・営業・CSに
分ける

02



役割を置く

03



完成条件を
決める

04



2~3日で
次工程へ渡す

05



結果と負荷を
企画へ戻す



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、どの用途で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

広告・SNS・通販・営業それぞれの相手から考え、**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。



必要カットを先に一覧化する。

どの用途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



権利とAIの扱いを確認できる

みんなが使い続けられる道具を選び、用途別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。

社内 | 顧客理解・目的設定・
企画・学習

共同レビュー |
育成・品質・改善

外部 | 専門撮影・高難度編集・
広告制作・繁忙対応



顧客理解



目的設定



企画



学習



育成



品質



改善



専門撮影



高難度編集



広告制作



繁忙対応



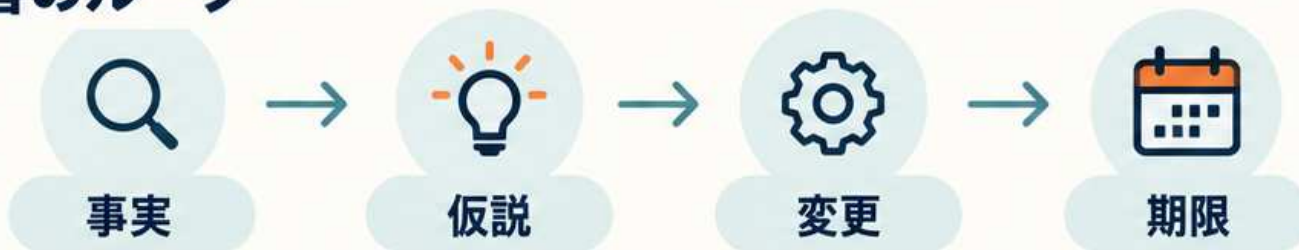
習熟度・繁忙期・成果・リスクに応じて月次で見直す。

社内の判断と外部の力を組み合わせ、
用途別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。



改善のループ



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、用途ごとの次の一手を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。

1

0~30日 |

月4本の企画と撮影



2

31~60日 |

外部伴走で型を作る



3

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。

用途を一つずつ小さく確かめ、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。



90日の学びを持ち寄り、用途別の勝ち筋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。



自社の内製範囲を相談する >

用途ごとの違いを自社の力に変え、発信の勝ち筋を一緒に育てていきましょう。