

新規サービスの広告動画を、 既存KPIにつないで小さく試す

— 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。

新しいサービスも、事業の判断へつながる試験にする。

目的

何の事業成果を確かめたいか

対象

誰のどの課題に応えるか

仮説

動画で何が伝わると良さそうか

判断

次に進むために何を確認するか

小さく試すとは、範囲と条件を絞ることです。少額で必ず成否が分かるという意味ではありません。

最初に知りたいことを、**一つの問い**にしましょう。

既存KPIは、名前ではなく定義からつなぐ。

事業の指標

問い合わせ、商談、購入など

成立の条件

何を満たすと一件に数えるか

観測する期間

成果が現れるまでの時間

確認する担当

記録と結果を判断する人

KPIは目的への進み具合を見る指標です。既存事業と新規サービスで同じ定義が使えるか確認します。

同じ言葉の意味をそろえると、**比較の土台**ができます。

まだ成果が少ないときは、**途中の反応も残す。**

理解

どの価値が伝わったか

関心

詳しい情報へ進んだか

相談

どんな疑問や条件が出たか

成果

事業上の行動につながったか

途中の反応を売上と同じ成果には扱いません。最終成果が未確認なら、その状態を明記します。

途中の学びも、**次に確かめる材料**として残しましょう。

既存の基準値を、そのまま合格点にしない。

確かめる違い

- 対象顧客と課題の違い
- 価格や提供範囲の違い
- 認知度と信頼の蓄積の違い
- 検討期間と相談導線の違い

既存事業のKPIは参考情報です。違いを確認せず、新規サービスの成否を断定しません。

比較できる範囲を決めて、**数字**を落ち着いて読みましょう。

制作実務と育成実務を、 同じ流れで教えられる。

ショート動画屋さんは、広告、SNS運用、通販、営業、採用など目的の異なる動画を
200社以上・3,000本以上制作してきました。

ディレクター・構成・撮影・編集を分け、複数人で速く品質を揃える制作フローを運用しています。

制作フロー（役割を分けて、速く品質を揃える）



内製化支援での引き継ぎ

実際に制作へ携わる担当者が、
この流れを企業の人員・目的・
頻度に合わせて移します。

実際の流れをそのまま社内で再現し、**制作を続けられる体制**をつくりましょう。

最初の検証は、対象・課題・案内を絞る。

対象

具体的な一つの利用場面

課題

その場面で困っていること

価値

自社が提供できる変化

案内

次に確認する資料や相談先

対象も価値も案内も一度に変えると、何が影響したか分かりにくくなります。

小さな範囲から、**使える学び**を集めましょう。

台本は、現在できることを正確に伝える。

事実

提供済みの機能や支援範囲

条件

利用や提供に必要な前提

未確定

開発中や検討中の内容

根拠

説明を裏付ける確認済み情報

未実装の機能や架空の利用実績を、現在のサービスの成果として見せません。

今の価値を誠実に伝えて、**検討の入口**をつくりましょう。

広告の前に、受け止める導線を一度通す。

案内ページ

動画と同じ提供内容か

フォーム

必要な入力を完了できるか

対応

相談を受ける担当が決まっているか

計測

目的の行動が記録されるか

受付後の対応が準備できていない場合は、配信開始より先に導線を整えます。

来てくれた人へ、次の案内ができる状態にしましょう。

予算と期間は、検証の範囲と合わせて決める。

予算上限

今回使える費用を事前に合意

期間

反応と成果を確認できる時間

停止条件

誤表示や計測不具合への対応

判断日

継続・修正・保留を話し合う日

必要な量は商材と配信条件で変わります。少ない反応を無理に一般化しません。

限られた範囲でも、確認したいことを**明確**にしましょう。

結果の記録は、件数と分母をセットにする。

配信

対象、期間、費用、表示量

行動

クリック、相談、目的の成果

条件

動画・案内先・価格の版

解釈

分かったことと不足する材料

計測できなかった項目を0と置かず、未計測として残します。重複の扱いもそろえます。

あとから振り返れる記録が、次の判断を助けます。

問い合わせの言葉を、仮説の検証に使う。

理解

どの説明が伝わっていたか

疑問

何が分からなかったか

適合

想定した課題と一致するか

障壁

条件や導入手順の何を確認したいか

少数の声を顧客全体の意見と決めず、事実と推測を分けて記録します。

数字だけでは見えない疑問を、次の説明に戻しましょう。

判断は、拡大・修正・保留に分けて残す。

拡大候補

成果と対応体制の条件が合う

修正

説明や導線に直す箇所がある

追加確認

材料が少なく判断できない

停止

提供条件や安全な運用に課題がある

最初の結果を将来の成果保証にせず、次の検証で確認する条件を添えます。

判断の理由が残ると、チームで前へ進めます。

既存の商談KPIへ、小さな検証をつなぐ。

架空の設計例

- 対象を一つの業務課題に絞る
- 動画から説明資料と相談へ案内
- 既存の商談成立条件を使えるか確認
- 相談内容と商談の進捗を合わせて読む

運用設計の例であり、商談数や獲得単価の実績を示すものではありません。

既存の判断の仕組みを、**新しい学び**に活かしましょう。

新規事業・制作・営業で、結果を同じ形にする。

事業担当

提供範囲と検証目的を決める

制作担当

仮説と変更点を記録

運用担当

配信条件と計測を確認

営業担当

相談内容と進捗を戻す

役割は兼務しても構いません。記録する人と次の判断をする人を明確にします。

同じ事実を共有して、次の試験を具体化しましょう。

小さな試験を、事業の確かな学びへ。

今日決める5つ

- つなぐKPIと成立の定義
- 最初の対象と価値の仮説
- 提供条件と案内先
- 予算・期間・停止条件
- 記録する担当と判断日

ショート動画屋さんの内製化支援では、貴社に合う役割・手順・改善方法を一緒に設計します。

自社の内製範囲を相談する