

【テーマ】2024年に最も収益化できるSNSとは？

今日学べること

InstagramとYouTubeの2つのSNSプラットフォームに焦点を置き、どちらのプラットフォームの方が、より今後の市場で収益化しやすいのかを徹底解説します。

Question

YouTubeとInstagramのどちらの方が収益化できると思いますか？

Yukiの回答

InstagramでもYouTubeでも、やり方次第ではどちらも収益化できると思います！

しかし、ここで重要なポイントがあります。

それは、今の自分に合っているSNSかをしっかりと考えるということです。

⇒今の現状と、自分がいる環境を再度しっかりと考えてみましょう！

【チェック項目】あなたはいくつの✓が付きそうですか？

- あなたのビジネス業界はYouTubeに適していますか？
- あなたは現在、ビジネスのどの成長段階にいますか？
- 現状、SNSにどのくらいの時間を投資できますか？
- YouTubeを始めるにあたって、精神面の強さや、継続力がありますか？

なぜ、上記の点を十分に考えた上でYouTubeというSNSプラットフォームを選択するべきなのか？

なぜなら...

自分に合っていないSNS や、自分の業界に合っていないSNSを選んでしまうと、2024年にYouTubeというプラットフォーム自体は、収益化できるチャンスがあったとしても、皆さん自身が、収益化を現実化できるかどうかは、未知の世界になってしまうからです。

Question

「YouTubeをこれから始めたいな」「YouTubeに挑戦したいな」と思う人が沢山いるかと思いますが、どういった人がYouTubeには向いていると思いますか？

YouTubeに向いてる人とは？

①継続力がある人

⇒ここは1番の重要ポイントです！！

なぜなら...

YouTubeは継続する事が最も大変なプラットフォームだからです。

YouTubeとInstagramのコンテンツ作成の違いをもう一度おさらいしてみましょう！

【YouTube】

⇒コンテンツ作成時間が比較的長い

基本的に15分ほどの動画
最近では1時間や、1時間半の動画も伸びており、YouTube市場に参戦するためには、短くても15分、時には1時間以上のコンテンツを長期的に、そして継続的に作成しなければならない。

【Instagram】

⇒コンテンツ作成時間が比較的短い

- ・カルーセル投稿
- ・リール(最大90秒)

まとめ

YouTubeも Instagramと同様に、**コンテンツを配信することで履歴を蓄積していかなければならないSNSです！**

YouTubeは収益化のチャンスがあるSNSプラットフォームになりますが、その大前提として継続をする事が肝心です！

YouTubeに向いてる人とは？

②ビジネス初心者、中級者、上級者

すでにビジネスが、ある程度うまく回っているビジネスの上級者や中級者はもちろん、ビジネス初心者にとってもYouTubeは、**お客様と距離を縮めやすいプラットフォーム**なのです。

なぜなら...

お客様に与えることができる【情報の価値】が他のプラットフォームと比べて格段に大きいからです。

例えば...

インスタグラムの場合、リールを使ったとしても最大90秒でしか情報を伝えることができません。しかし、YouTubeを使うと1時間でも2時間でも動画内で話し続けることができるのです。

 ここでみなさんに質問です！

Q.あなたは、どのようなビジネスからサービスを受けたいと思いますか？

是非、思いつくことを沢山あげてみてください。

恐らく、答えの中に、「信頼できるサービス」または、「この人から買いたい！」であったり、「この会社の商品だから購入したい！」というような回答が出た方が多いのではないのでしょうか？

まさに、「信頼関係」とはビジネスの根本を形作るものであり、成功への近道は【**お客様からの絶対的な信頼を得ること**】です。

定期的に配信することを前提とした上で、90秒で信頼を得るか、それとも15分の時間を使って信頼を得るかを比較した時に、よりお客さんの心に深掘りしやすいのは、大抵の場合、15分という時間を使うYouTubeのほうではないでしょうか？

しかし...

その際、【分かりやすく伝える】ということに必ず重きをおくことは大前提だということは忘れないようにしましょう！

YouTubeの最大の魅力とは？

ブランディングを確立しやすい

みなさんは、YouTubeを見ていると、脳がテレビなどを見ているかのような気持ちに錯覚することはありますか？

画面越しに話を聞く環境は、テレビを見ている時の環境に似ています。

例えば、

Instagramの場合

⇒単にリールを見てる感覚

YouTubeの場合

⇒脳がテレビなどを見ているような気持ちに 錯覚しがち

つまり、どういうことかと言うと...

権威性を構築でき、業界で唯一の存在としてブランディングしやすくなるのです！

芸能人に近いような、日常の生活では会えないような存在でありながら、YouTubeというプラットフォームの画面上にいる存在

権威性を構築できると何ができるのか？

- ①ブランディングが伸びるので、その分お客様の脳裏に残りやすい。
- ② 徹底的に深いインパクトや強いインパクトを自分のターゲットユーザーのなかに 残すことができる。

 まとめ

- YouTubeで成功した方がよりインパクト強いブランディングを残しやすい
- ブランディングができていればできているほど、集客力や販売の際の営業での説得力などもアップする
- YouTubeは時間を要し、継続していけば、他のSNSよりもさらに購入に繋げやすく、顧客を集客しやすい。

その答えは↓

YouTubeを視聴している人の特徴にあります。

YouTubeを視聴する人の目的とは？

YouTubeを視聴する人

➡ インスタなどで、専門知識を学ぼうとしているお客さんよりも、情報に対して本気度が高い

≡ **購入段階に近い**

まとめ

- ✓ 元々のレベルが高い状態から、お客さんとの関係性を構築できる
- ✓ 高いブランディングで、顧客との信頼関係を強化することができる
- ✓ InstagramやTiktok、XなどのSNSユーザーよりも購入に繋がりやすい
- ✓ 高額な商品を購入してくれやすい

なぜ今YouTubeを始めるべきなのか

✓ Instagramは、YouTubeと比べて市場が飽和しており、その点**YouTubeは競合が少ないから**



10年前に比べると、YouTubeの市場も情報配信者は年々増えていて、飽和しつつありますが、Instagramと比較すると、YouTubeに参戦している人や、YouTube上で継続的に動画を配信している配信者というのは本当に少ないのが現状です。

その飽和市場でトップに登っているインスタ上のインフルエンサーはどこで情報収集しているかって言うと **YouTube**です。

YouTubeの市場に最初から参戦することができたら一気にインスタ上のインフルエンサーたちの指導者のようなポジションに第1歩目から立てます。

しかし、

インスタに参戦した場合、既に何万人もフォロワーがいるような、競合のライバルのインフルエンサーさんたちの中に入って、ゼロから戦わないといけないので、立場が弱いですが、競合が少ない YouTubeを狙うことで、トップに秀でやすく、少しでも視聴率が伸びると、徐々にそのインスタ上のインフルエンサーたちがYouTubeを見て学んでるので、その人たちの指導者になることもできるのです。

結果

次第にインスタ上のインフルエンサーの方々から 指示をいただき、コンサルの依頼がきたり、パートナーシップと一緒に組んで集客してもらったり、YouTubeのフォロワーも伸びたり、ビジネスも、起業してたった1年で1億円 超えをすることができたのです。

結果的に、1億稼げたのは戦略的にみんながやらないYouTubeに参戦したからです。これは2024年以降の市場でも同じことができると思います。

Question

YouTubeはやらずにInstagramを活用して集客をしていくことって可能だと思いますか？

Yukiの回答

Instagramもやり方次第では、きちんと伸びるプラットフォームの1つです。

実際に私自身も、インスタライブすると大体30分 ぐらいのライブで、何かしらのアクションを取った場合、そのライブ1つから100万円以上の収益を得たこともあります。

しかし...

Instagramも YouTubeと同様に継続が大切です。

YouTubeと比較すると大変ではないですが、やはりInstagramも毎日投稿や、最低でも2日に1回など、投稿することがおすすめです。

Instagramで収益化したければ、まずは投稿をこなすことで、自分の投稿のスキルや質を上げていく

✔ 最近のInstagramの傾向として、情報価値だけでは差別化できない
⇒あまりにも市場が飽和してるので、自分以外にも分かりやすさや、情報価値に重きを置いている人は多い

では何が必要なのか？

① 自分らしさや、自分だけの強み

≡ **USP (Unique Selling Proposition)**


独特な/唯一の 販売手段 提案/計画

USPとは

⇒顧客から見た自社独自の「売り・強み」という意味で知られる、マーケティングにおける差別化戦略の土台を支える考え方の一つです。

② コミュニティ力や、人との繋がり

⇒自分をフォローしてくれているユーザーとどれだけ距離を縮め、より密なコミュニティを作っていくことができるか

 まとめ

2024年以降の市場インスタで成功するために大切なことは、

✔ 情報価値で差別するのではなく、より密なコミュニティを作っていくことができるかということが重要。

繋がりに生まれる体験価値や、誰かと繋がったり距離が縮まると、その人と自分という 2人だけの特別な体験ができる



総まとめ

これはYouTubeであってもInstagramであっても同じことが言えますが、2024年以降の市場では、情報価値や情報の伝わりやすさだけで差別化するのではなく、その情報価値にプラスαをして、自分にしか作れない所属感を与えたり、繋がりを相手に感じさせたりするつまり**体験価値を提供することができるコミュニティにアカウントを差別化していくことが重要な**のです。