

TikTok LIVEコンテンツ クオリティの向上

ユーザにLIVEルームをClickさせよう

LIVEルームをClickさせる一サムネイル

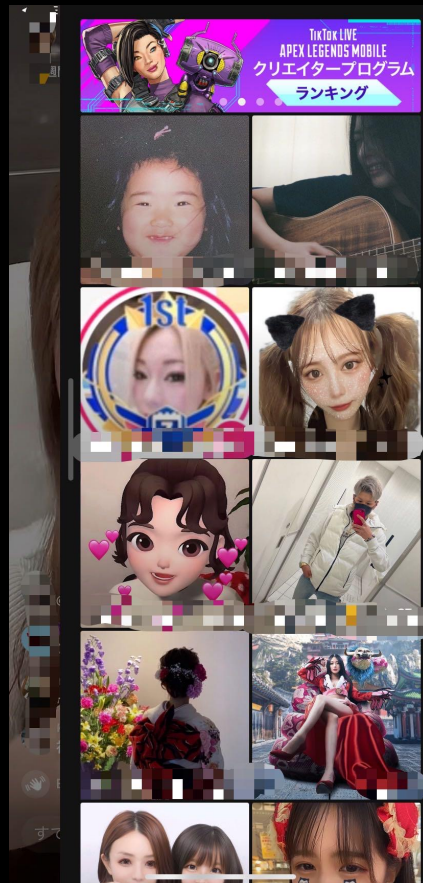
3つのポイントで、ユーザを惹く

①高画質の写真

LIVEルームのサムネイルには魅力的な写真を選びましょう。
画一的であっても映えの写真は、ユーザの心をつかむ。

②鮮やかなカラーリング

鮮やかな色はユーザに視覚的なインパクトを与え、人間の本能
である認識や注意を高める効果がある。



LIVEルームをClickさせるーサムネイル

③コンテンツを連想させる

LIVEのコンテンツに合わせたサムネイルを選ぶことで、一目でLIVEのコンテンツが伝わる。

特定のタレントやスキルを持つクリエイターに適しており、リエイターのタレント性に応じてシーンや小道具をマッチングさせることができる。例えば、ピアノを弾く人ならピアノを弾いている写真、ギターを弾く人ならギターを抱えている写真をLIVE配信のサムネイルとすることができる。



LIVEルームをClickさせるーサムネイル



高画質

コンテンツ化

かっこいい
かわいい



本人ではない

風景写真

低画質

2行目のサムネイルはどういうクリエイターがどういう配信をしているかを判別できない。

LIVEルームをClickさせるーサムネイル

データでサムネイルの効果を見よう

LIVEルームの入室率でサムネイルの効果を確かめてみよう

タイトル、配信開始時間、配信時間の長さをそのままにし、複数のサムネイルを変えながら配信をすることでテストを行う。各サムネイルを2～4回し使用し、平均数値を出す。各々のサムネイル間のクリック率を比較し、自分のLIVE配信に最適なサムネイルを選択しましょう。

クリエイターデータ分析

露出 73人 (88回)

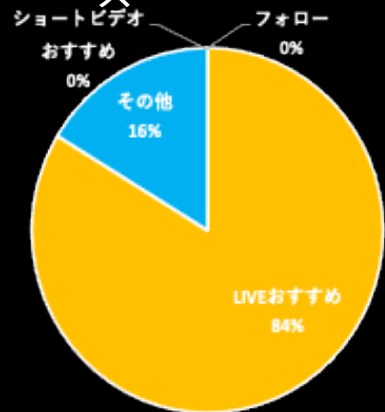
LIVEルームに入室 49人 (51回)

ギフティング 1人 (3回)

LIVEルームに入室率
67.12%

ギフティング率
2.04%

視聴者ソース



過去七日間との比べ

LIVEルームをClickさせる一タイトル

・ 質問形タイトル

可愛い子と喋らない？

あなたの新しい彼女見てみない？

質問することで、ユーザーをある視点、あるシナリオに置き、配信のコンテンツへの期待を持たせることができる

・ 命令形タイトル

来い！！！！

私、あなたを呼んでいるよ！

「クリエイターのLIVEルームにあなたが
必要だ」というメッセージを力強い口調
で伝え、文末に感嘆符を付けて雰囲気
を盛り上げる

LIVEルームをClickさせる一タイトル

・コンテンツ形タイトル

歌を聞きたい人どーぞ！

今日はピアノを弾くよ

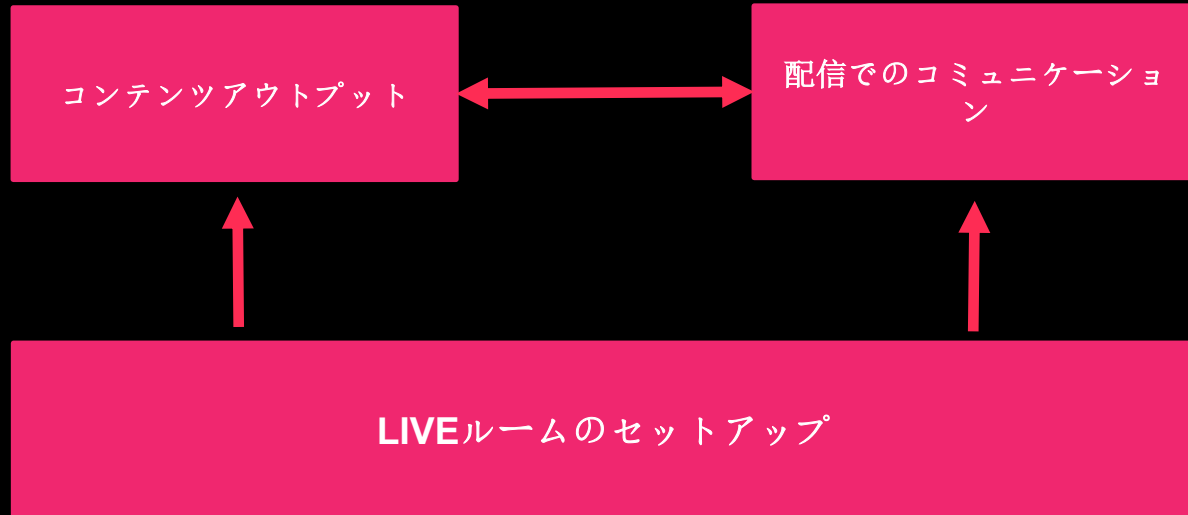
短いタイトルで配信内容を説明し、このようなコンテンツを好むユーザーを惹きつける。

例えば、音楽系のクリエイターで、今日クリエイターのために用意したコンテンツがxxの曲を歌うとしたら、このコンテンツをそのままタイトルに書き込むことで、ユーザーがxxのファンなら、タイトルコンテンツに惹かれる可能性が高くなる

注意：10文字以上のタイトルは表示されません

ユーザにLIVEルームでStayさせよう

LIVEルームでStayさせる



配信コンテンツは、セットアップ、コンテンツアウトプット、配信でのコミュニケーションの3つのセクションで構成されている。セットアップは土台、コンテンツのアウトプットと配信でのコミュニケーションは上部構造であり、これがLIVE配信と映画、テレビ番組、ラジオ番組とを分けるポイントである。ユーザーに対して良いコンテンツを提供するだけでなく、ユーザーからのフィードバックによってリアルタイムに適応し、良いコンテンツを作ってあげましょう。

LIVEルームでStayさせるーLIVEルームのセットアップ



セットアップの基本要素ー主体を強調

清潔な背景

明るい

高画質な画像

背景は明るい色を選ぶと、クリエイターがより輝いて見える

基本的な視聴条件を満たすように明るい照明を構成し、必要に応じてビューティライトなどの補助照明を追加しましょう

LIVEルームでStayさせるーLIVEルームのセットアップ

セットアップのレベルアップ要件
ーキャラクターにふさわしい

コンテンツ特徴

性格特徴

例のクリエイターは音楽配信を中心としたクリエイターで、LIVEルームのセットアップはとてもプロフェッショナルである。



図1は、全体的に雑然とした印象はあるが、テーマが明確で、つまり古代的なスタイルが強く、クリエイターが頭にベールをかぶり、古代的な情景を描き、視聴者に古代歌を歌っているが、それに魅了されないわけがないでしょう。

LIVEルームでStayさせるーLIVEルームのセットアップ



図2の写真を見て、これはどんなLIVE配信なんだろう、クリエイターはどこにいるんだろうと思われるかもしれません。写真の右側をよく見てください。

クリエイターは顔が見えない鏡越しのLIVE配信で、遠目には彼女の体しか見えません。と思っているうちに、彼女の魅力的な声が聞こえてくる。これはタレントのクリエイターで、セットアップとしては非常に特徴的なケースである。

良質なタレントクリエイターがこうゆう特徴を補強し、弱点を回避する特殊なセットアップを試してみてください。

LIVEルームでStayさせるーLIVEルームのセットアップ

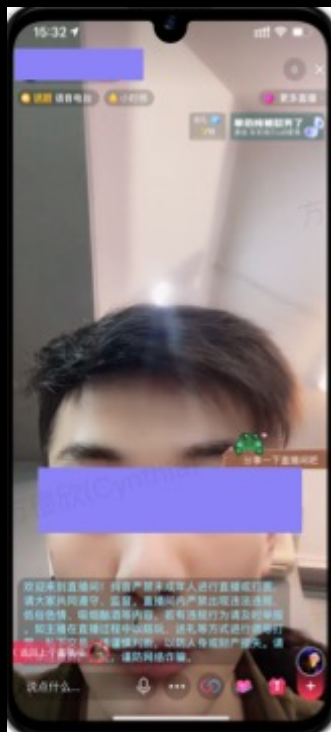


図1のクリエイターは、とても気軽に車内でLIVE配信を始め、全体的に雑とした感じで、セットアップのキャラもなく、あるとすれば鉄道の乗務員かどうかを推測するしかない。

LIVEルームでStayさせるーLIVEルームのセットアップ



図2のクリエイターは、背景もきれいであり、基本的なカメラなどもあり、それほど問題はなさそうですが、クリエイターの顔がカメラに近すぎて視覚的な圧迫感がある、あるいはフレームの中央にとどまり、もう少し離れた方が適切なのではと考える。

LIVEルームでStayさせるーLIVEルームのセットアップ



一見して、図3のクリエイターは、Eコマースのクリエイターに見えますか？

奥の棚は高く積まれているが、よく見るとそうでないことがわかる。彼女はコンサートのクリエイターであり、スクリーンショットの時に歌っているが、このようなセットアップは、認知の違いで99%以上の視聴者は、彼女がEコマースのクリエイターであると思うだろう。

もしユーザーがEコマースのLIVE配信に興味があれば、自然にスワイプするだろう。彼女が歌うかどうかさえ気にしない、これはキャラに反するセットアップの結果である。

LIVEルームでStayさせるーコンテンツアウトプット



クリエイターが得意なコンテンツ
人生経験、専門分野、趣味・関心事

ユーザが好きなコンテンツ
かっこいい・かわいい、ユーザの心理的満足度など



LIVEルームでStayさせるーコンテンツアウトプット

クリエイターが得意なコンテンツ

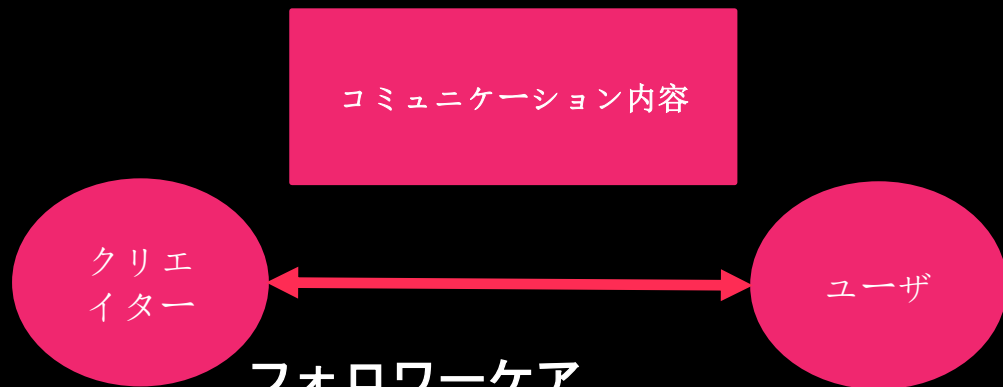
LIVE配信が純粋な対話の場であると必ずしも考えてはいけない。優れたクリエイターとは、素材を持っていなければならない、この素材とはクリエイターが視聴者にもたらす一方的なアウトプット・コンテンツのことである。

クリエイターが得意とするコンテンツは、歌、ダンス、占い、料理、アウトドアなど、クリエイターの人生経験やスキル、趣味に由来するものが一般的である。

ユーザが好きなコンテンツ

一般的にユーザーに好まれるコンテンツはクリエイターの可愛さ/カッコ良さ、ユーザーの心理を満足させるなどがある。クリエイターに特定のタレントがない場合は、この2つの方向性から、LIVE配信の基本的なコンテンツ面を探っていくことも可能である。例えば、話題のエンタメニュースをユーザーと語り合う、などである。

LIVEルームでStayさせるー配信でのコミュニケーション



フォロワーケア
フォロワーへの”特別待遇”

トピックのコミュニケーション
ユーザーから投げかけられたトピックの継続的な交コミュニケーションをする



LIVEルームでStayさせるー配信でのコミュニケーション

フォロワーケア

フォロワーへの”特別待遇”

ファンから送られた手紙をLIVE配信で読む、またはファンのために「歌をリクエスト」パートを用意するなど。

トピックのコミュニケーション

コメント欄でユーザーの発言を絞って話題を広げ、皆で話題のディスカッションをする雰囲気にする。

こうしたインタラクティブなコンテンツは、「このクリエイターは私の質問に答えてくれた、私が指定した歌を歌ってくれた」という、LIVE配信での強い臨場感をユーザーに与えることができる。

ユーザーの心理は、LIVE配信を視聴する側から、一緒にライブ配信をする側になる。

LIVEルームでStayさせるトークのコツ

Welcomeトーク

配信の始まりに、見に来てくれたユーザに感謝の気持ちを伝えよう

- 1、xxさん（名前）ようこそ！よかったらフォローしてね！
- 2、みんな来てくれてありがとう！初心者ですが、たくさんお話ししましょう！
- 3、xxさん来てくれてありがとう！私の歌がうまいから残ってくれたの？ありがとう！

上記のコツはクリエイターの親切感を高め、視聴者が初めてLIVEルームに入ったときに心地よさを感じてもらえます。

LIVEルームでStayさせるトークのコツ

インタラクション
喚起トーク

LIVE配信中、クリエイターと視聴者がリアルタイムでやりとりすることで、視聴者がトークを実感できる

- 1、質問型トーク：“音聞こえますか？” “さっきの曲どうでしたか？”
- 2、選択型トーク：“「xx」を聞きたい人は1で、「oo」を聞きたい人は2でコメントしてください！”
- 3、リズム型トーク：“よかったらコメントで応援してくれると嬉しいです！” “私の歌が好きだったらギフトお願いします！”

上記のコツは素早く視聴者からのフィードバックをもらい、LIVEルームの雰囲気をもたせることができる。単なるアウトプットを回避できる。

LIVEルームでStayさせるトークのコツ

Endingトーク

配信の最後には、「視聴者への感謝」と「視聴者への関心」の2つの側面から、締めくくりの言葉を述べる

- 1、「視聴者への感謝」：“今日来てくれてありがとう！ギフトありがとう！”“今日も一緒にいてくれたみんなありがとう！”ここでは、クリエイターは実際の状況から自分の本当の気持ちを表現すればよい
- 2、「フォローへの誘導」：“私が好きな方はフォローをお忘れなく！次回はxx時に配信するよ！”

上記の2つのコツを例にして、LIVE配信の最後に締めくくりを作成しましょう。

クオリティ上げの要点まとめ

01 コンテンツ最適化の重要性

ユーザは何気ない出会いでLIVEに魅了されるかもしれませんが、高い定着率と長期的なリテンションは、優れたライブコンテンツから生まれるはず

02 ユーザに良いコンテンツを見つけてもらう

LIVEルームのサムネイルやタイトルのデザインを工夫することで、LIVEルームへの流入を高め、より多くの人にLIVEルームのコンテンツを見つけてもらうことができる

03 ユーザに良いコンテンツを好きになってもらう

優れたLIVE配信には、LIVEルームセットアップ、コンテンツアウトプット、配信コミュニケーションの3つの要素が必要であり、この3つが連動することでユーザに優れたLIVE配信体験を提供することができる