

新たな地域工務店を目指して

◇19◇

リフォーム住宅
設備協会代表理事
山崎 亨

みなさん、こんにちは。

リフォームの達人プロデ
ューサー山崎亨です。今

回のゲストは「開運！
ていいます。モノが足りな

「住まいの伝導師」の亀
田佳明さんです。よろ
しくお願ひします。

私が毎日配信している
た時代ですね。

YouTubeチャンネル
逆して「今」はモノが溢
でしようか？楽しい家族

では最近、ゲストに参
れています。つまり、モ
の価値が相対的に下が

加いたたくスタイルを増
っています。同時に「買
んなストーリーがCMと

やっています。それはま
たい「欲しい」という
して流れてきます。見て

たたく新しい売り方、新
しいアプローチ方法を発
明したからです。今回は

その方法を一次情報とし
て紹介します。

つまり物語(ストーリー)
の感情へ物語を使ってア
プローチしています。

を使って販売することが
必要です。物語を使えば、

「モノ消費」から「コ
ト消費」へと「消費者の
消費者に新しい情報(体

験)を伝えることが可能
の癒しのバスタイムはど

つなるかをイメージで
きる物語として伝えるこ
とでワクワクします。モ
ノを売るのでなく感情を
売るので。

そして、YouTube
eというツールがその物
語を発信する最高の場と
なっているのです。

昭和から続いていた戦
略が変化しています。そ
れは「認知」されていれ
ば「売れる」時代から、

「信用」という「本質」が
求められているのです。

以前も動画コンテンツ
はテレビCMとして存在
していましたが、コスト

が高くて大企業でしか使
えませんでした。しかし現
在は、YouTubeを
使えば無料配信が可能で

す。文字や写真だと加工
でごまかすこともできま
すが、動画だとほぼ不可
能です。つまり視聴者は

本質を感じ取るのです。
その商品がどんなに素
敵か、どんな未来にを連

工務店のYouTube戦略

「モノ消費」から「コ
ト消費」へと「消費者の
消費者に新しい情報(体

物語を使った商品販売を 消費者に新しい情報を伝えることが可能に

れていくてくれるのか、
その「物語」を見ている
のです。動画の力は、文
字の伝達能力を1とする
と、動画は4500倍伝
わるといわれています。

冒頭に紹介した亀田さ
んは、初回訪問時に自分
の出演するYouTube
動画を紹介します。す
ると次に会う時のお客さ
まの反応がガラッと変わ
ります。例えば、「最近
ずっとあなたのYouTube
を観ていますよ」

「毎日、動画であなただ
を見ているから、2回目な
のに前から知ってる人み
たいやね」さらに商品説
明をする時、「知ってる
わよ。動画でも言ってた
もんね」と詳しく説明す
る必要がなくなりま

また動画のパワーは人
柄まで伝えます。いくつ
見ると、関連動画やお勧
め動画として同じチャン
ネルを何度も表示させま
す。この機能によりお客
さまはほとんど亀田さん
の人から買いたいと思

筆者が主宰する「リフォームペガ
サス倶楽部」では、ショールーム
をオンライン中継するYouTube
配信が人気となっている

旅行は準備
から楽しめる
コト消費で
す。同じリ
フォームも、
情報収集など
準備段階から
アプローチで
きるYouTube
の力は絶大となる
のです。

「アラウーノ」が売れてる理由？

この連載に関す
る問い合わせは、一
般社団法人リフォーム
住宅設備協会＝E
to@sket.yokohama
まで。



※この連載に関す
る問い合わせは、一
般社団法人リフォーム
住宅設備協会＝E
to@sket.yokohama
まで。