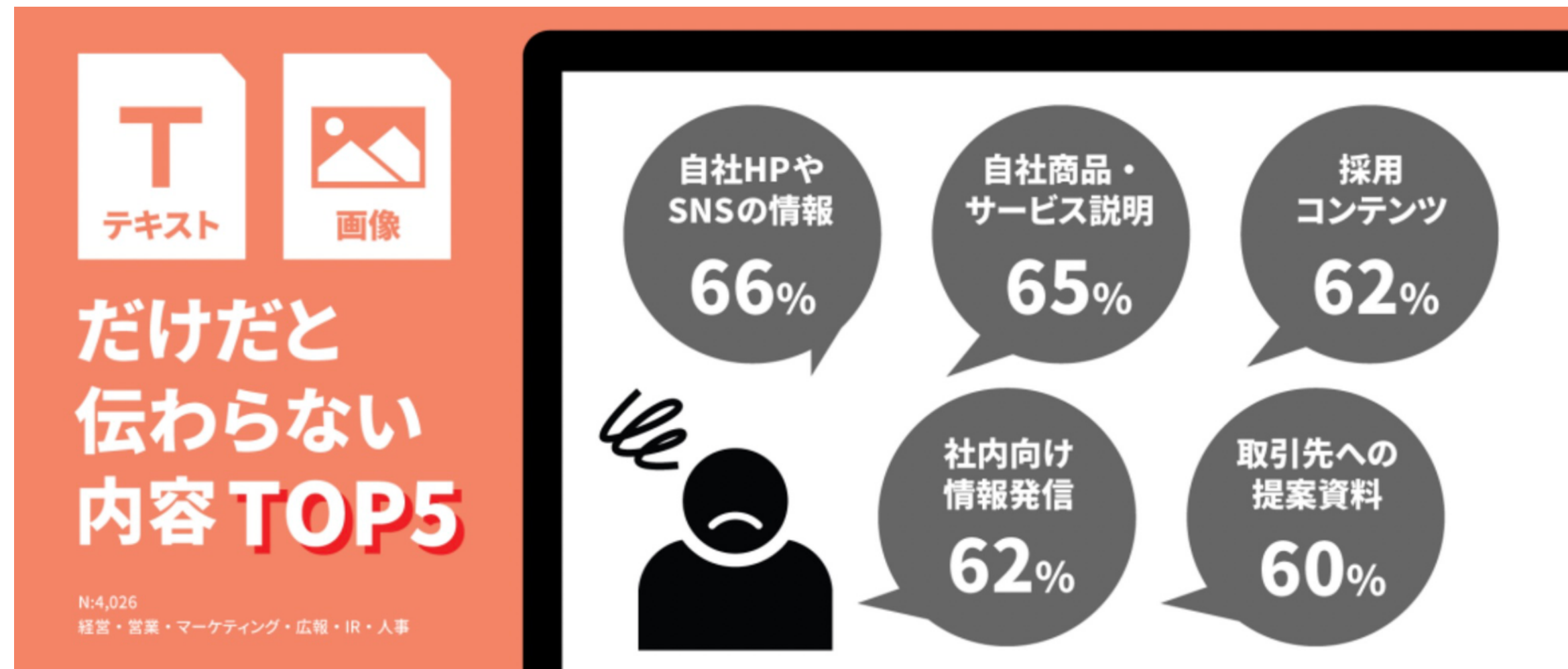


ビジネス
バーチャル
キャラクター[®]
を自社で使ってみた



- 01** ビジネスにおける動画の重要性
- 02** ビジネスにおける動画の活用シーン
- 03** 多くの企業が抱えている動画制作の3つの課題
- 04** シーズ・リンクが抱えていた動画制作における課題
- 05** 課題解決のためビジネスバーチャルキャラクター[®]導入
- 06** 実際の5つの活用シーン
- 07** ビジネスバーチャルキャラクター[®]で課題を解決
- 08** 無料相談のご案内
- 09** 会社概要

「テキストと画像だけだと伝わらない」と感じている企業は**60%以上**



※出典：オープンエイト社自社調査

テキストや画像だけだと、提供できる情報の量や質に限界を感じている企業は多いです。そこで、効果的・効率的に情報を提供できる「動画」の活用が進んでいます。

では、動画はどのようなビジネスシーンで活用されているのでしょうか？

代表的な例を挙げると、以下のような場面で活躍しています。

01



商品説明

02



お礼動画

03



セミナー・
勉強会・対談

04



最新情報
共有

05



マニュアル
動画

しかし、動画制作を進めている企業の多くは以下のような課題を抱えています。



課題 1

動画の企画と制作の問題

どんな内容で、どう表現すると相手に伝わるのか分からない。制作会社に依頼すると、コストが100万円以上かつ企画から1~2ヶ月かかる。



課題 2

動画に出演する人の問題

例えば「セールス演説の際に誰を登場させる？」などのように、誰が話すか決まらないケースが多い。



課題 3

文化やリスクの問題

一般社員がメディアに登場して話すという文化がなく躊躇してしまう。質を気にしすぎてしまい、社内確認に時間がかかる。社員が退職した際などのリスクが発生する。

課題 1

動画の企画と制作の問題

どんな内容で、どう表現すると相手に伝わるのか分からない。制作会社に依頼すると、コストが100万円以上かつ企画から1~2ヶ月かかる。

課題 2

動画に**出演する人**の問題

例えば「セールス演説の際に誰を登場させる？」などのように、誰が話すか決まらないケースが多い。

課題 3

文化やリスクの問題

一般社員がメディアに登場して話すという文化がなく躊躇してしまう。質を気にしすぎてしまい、社内確認に時間がかかる。社員が退職した際などのリスクが発生する。

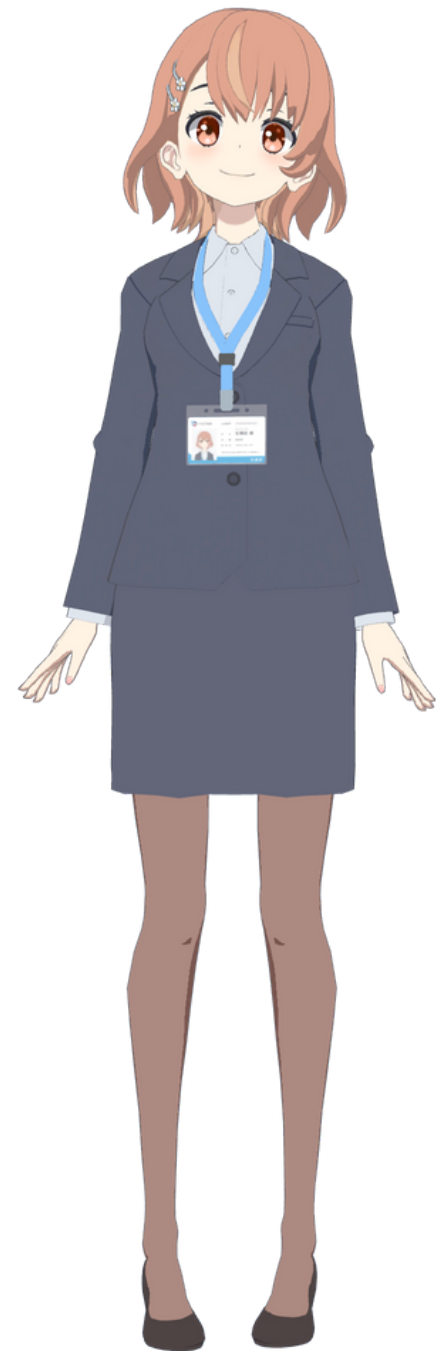
弊社でも以前から動画を活用していましたが、

- トークができて、動画での**顔出しに抵抗のあるメンバー**がいる
- **退職したメンバー**の出演した動画は使えなくなる

といった「動画に出演する人の問題」を抱えていました。



権野 剛士
(ごんの たかし)



石那田 睦
(いしなだ ちか)

そこで弊社は、
ビジネスバーチャルキャラクター®を
導入することにしました。

ビジネスバーチャルキャラクター®なら、

- ・顔出しに抵抗のあるメンバーがいる問題
⇒顔出しは必要ない
 - ・退職者の出演した動画は使えなくなる問題
⇒退職することはない
- という狙いです。

次のページから、
ビジネスバーチャルキャラクター®を
活用した5つの事例を紹介します。



新しい商品が開発されたときには、営業担当向けに勉強会を開いて、情報を共有することが多いと思います。

しかし、勉強会の開催には準備が必要だったり、参加者のスケジュールを調整したりと手間が多いものです。

そこで、「商品説明の動画」を作成することで、営業担当はそれぞれ空いた時間で観ることができます。

この動画は社内だけでなく、セールスパートナー企業との情報共有にも使えそうです。



動画を見してみる

クリックするとWebサイトが開きます



左記の動画は、展示会の自社ブースに立ち寄った方に見ていただくことを想定しています。

配布物にQRコードなどのリンクを記載しておき、後で動画をご覧になった際に、あらためて商品の簡単な内容を思い出していただくことが狙いです。



展示会だけではなく、セミナーに参加していただいた方にお礼メールを送る際にURLを添付するといった使い方もできます。

動画を見してみる

クリックするとWebサイトが開きます



参加者の1人として画面に登場し、ウェビナーの司会進行をしたり、登壇者の方々の聞き手に回ったりしています。

もちろん、講師として登壇して、参加者に向けて講義することも可能です。



バーチャルキャラクターとして登場することで、共演者の方々には初対面でも親しみを持って話していただいています。

動画を見してみる

クリックするとWebサイトが開きます



左記の動画のように、社内の制度やシステムが変更になったときには、ビジネスバーチャルキャラクター[®]がその内容を説明しています。

弊社の場合、動画内のボタンをクリックすると詳しい資料や情報が見られる「[インタラクティブ動画](#)」にすることで、より社員が理解しやすくなるよう工夫しました。



この使い方は社内向けだけでなく、外部に向けて自社の情報を発信する際にも効果的だと感じています。

[動画を見してみる](#)

クリックするとWebサイトが開きます



左記の動画では、自社の商品・サービスの使い方をビジネスバーチャルキャラクター[®]が丁寧に説明しています。

文字だけのマニュアルではイメージしづらいことも、**動画にすることで理解してもらいやすくなる**と感じています。



また、社内では「人が喋るよりも堅苦しさがなく、視聴しやすい」との声も挙がっていました。

動画を見してみる

クリックするとWebサイトが開きます



シーズ・リンクが動画制作にあたって抱えていた 「動画に出演する人の問題」を、ビジネスバーチャルキャラクター®を活用することで解決

- ・トークができて、動画での顔出しに抵抗のあるメンバーがいる
⇒「トークができて出演もOKなメンバー」を探す必要がない
- ・退社したメンバーの出演した動画は使えなくなってしまう
⇒「退社」の概念がないため制作した動画はずっと使い続けられる

特にウェビナーにビジネスバーチャルキャラクター®が登場した際は、多くの方から好印象を持っていただけました。

今後ビジネスにおいて、バーチャルキャラクターがさらに活躍していくのではないのでしょうか。

- バーチャルキャラクターに興味はあるが、何から始めればいいのかわからない
 - 導入にどれくらいの費用がかかるのか気になる
- そんな悩みはありませんか？

そこで、この資料の読者限定で、

ビジネスバーチャルキャラクター[®]

無料相談（30分）をします。

※予算に合わせて柔軟にご相談いただけます。

[無料相談を試してみる](#)

クリックするとWebサイトが開きます



会社名

株式会社シーズ・リンク

所在地

東京都品川区上大崎4-4-8
ダイナミックアート館ビル 1F

設立

2015年11月

役員

代表取締役 澤田 裕樹
取締役 金子 倫也

事業内容

- ・クラウド型DXツール「riclink™」の開発／販売／運用
- ・企業のDX課題解決・定着のコンサルティング支援
- ・デジタル施策に関わるコンテンツ制作支援

