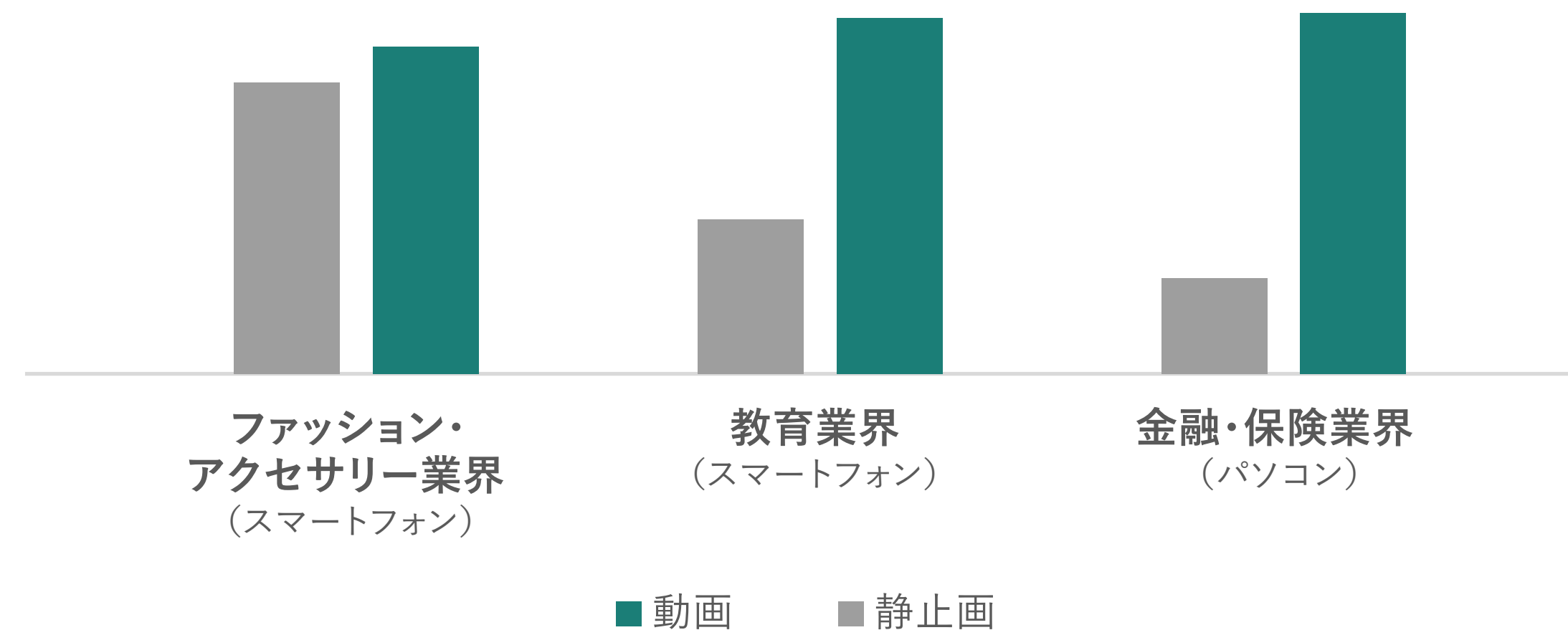


動画クリエイティブは**高いコンバージョン率**が期待できる

動画クリエイティブは静止画に比べ、情報量の多さから
ユーザーの理解度や購買意向上を高め

コンバージョン率を引き上げることが期待できます。

YDA（Yahoo!ディスプレイ広告）における静止画 vs 動画の傾向



参考URL：<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000123.000025039.html>

営業に動画を活用すると良いメリットは、
商品やサービス情報を短時間でわかりやすく伝えられることです。

静止画よりも動画の方が
視認されやすい

4.8倍



静止画よりも動画の方が
購入を促進しやすい

3.1倍



※○倍の表記は動画vs静止画の比較検証時における、静止画に対する動画の勝率の高さを表します。

出典：Facebook : H1 2020 Creative Product Roadmap for FMPs

動画は「伝える」ことが得意

動画はビジュアル情報だけでなく「動き」「音」「時間軸」などの要素が加わるため、説明するのが難しい商品であっても、商品の情報がより伝わりやすくなります。

動画は静止画と比較すると、**4.8倍の勝率で視認されやすく、3.1倍の勝率で購入まで促進しやすい**と言われています。