

ヴァンビのバズ学実践ツール

入学前準備ワークシート：投稿テンプレ&PDCAシート

🎓 本ツールの主旨

本資料は、ヴァンビ学長の「バズ学」を自宅ですぐに実践できるワークシート集です。HERO'ZZ Universityへの入学前にこのシートを使って投稿練習を行うことで、基礎的な「型」が身につき、入学後の初回添削が非常にスムーズになります。まずは「質」より「量」と「型」を意識して、実際にSNSへ投稿してみましょう。

⚡ 3秒フック投稿テンプレ10種

視聴者の指を止めるための「冒頭3秒」に特化したテンプレートです。そのままコピーして（ ）内を埋めるだけで使用できます。

01. 衝撃事実型

実は（ 常識だと思われていること ）は間違いです。
9割の人が知らない本当の事実は（ 衝撃の事実 ）なんです。

使用シーン：業界の常識を覆す時や、意外な真実を伝える時に有効。

例：実は「毎日投稿」は間違いです。9割の人が知らない事実は「週2回の本質投稿」なんです。

02. 共感爆発型

（ 辛い悩み ）で悩んでいませんか？
私も昔はそうでした。でも、これを知って人生が変わりました。

使用シーン：深い悩みに寄り添い、解決策を提示する時。

例：家事と育児の両立で悩んでいませんか？私も昔はそうでした。

03. 問いかけ型

もし（ 理想の状態 ）になれるとしたら、あなたは どうしますか？
その方法を、今から1分で解説します。

使用シーン：視聴者に未来を想像させ、興味を惹きつける時。

04. 禁断暴露型

業界では絶対に言えない（ 隠された秘密 ）を暴露します。
消される前に保存してください。

使用シーン：希少性の高い情報を出す時。緊急性を演出。

05. 数字インパクト型

たった（ 数字 ）日で（ 成果 ）を達成した方法。
必要なのは（ 簡単なアクション ）だけです。

使用シーン：具体的な実績を強調し、再現性をアピールする時。

06. 逆説・逆張り型

（ 一般的な成功法則 ）はやめてください。
逆に（ 逆のアクション ）した方がうまくいきます。

使用シーン：他者との差別化を図り、強いインパクトを与える時。

07. ストーリー型

（ 過去のドン底の状態 ）だった私が、
どうやって（ 現在の成功 ）を手に入れたのか。全て話します。

使用シーン：自己紹介や、V字回復のエピソードを語る時。

08. 警告・注意型

【警告】これを知らないと（ 損する金額や時間 ）を無駄にします。
今すぐ確認してください。

使用シーン：損失回避の心理を利用し、重要性を強調する時。

09. ビフォーアフター型

これを使う前は（ 悪い状態 ）でした。
でも使った後は（ 劇的な変化 ）。その差は歴然です。

使用シーン：商品やノウハウの効果を視覚的・直感的に伝える時。

10. ランキング型

（ テーマ ）TOP3を発表します。
第1位は意外すぎるアレです。予想しながら見てください。

使用シーン：情報量が多いコンテンツを整理して面白く見せる時。

投稿しっぱなしでは成長しません。反応を数値で記録し、必ず「改善点」を見つけましょう。

週次記録用シート

投稿日	タイトル・企画内容	リーチ数 (再生数)	いいね	コメント	保存数	気づき・次回への改善点
/						
/						
/						

1投稿深掘り分析 (PDCAサイクル)

Plan 計画	【仮説・狙い】 ・ 誰に向けた投稿か？： ・ 狙う感情トリガーは？： -----
Do 実行	【実行内容】 ・ 使用したフック： ・ 工夫した演出： -----
Check 評価	【結果・分析】 ・ 数字の結果はどうだったか？： ・ 視聴維持率はどこで落ちたか？： -----
Action 改善	【改善アクション】 ・ 次回具体的に変わる点は？： ・ やめること、続けること：



年齢・属性別 カスタムガイド

ターゲット層によって「響く言葉」や「見やすい構成」は異なります。以下を参考に調整してください。

50代・シニア層向けポイント

- **文字サイズと速度：**
字幕は大きめに配置し、切り替え速度を0.5秒ほど遅くして「読みやすさ」を最優先にする。
- **言葉選び：**
若者言葉（エモい、バズる等）は避け、「感動的」「話題の」など標準的な表現を使う。
- **感情トリガー：**
「健康」「老後」「家族の絆」「懐かしさ」など、人生経験に基づく共感ポイントを突く。
- **安心感：**
派手な演出よりも、落ち着いたトーンや丁寧な解説が信頼を生む。

主婦・ママ層向けポイント

- **リアリティ重視：**
綺麗すぎる映像より、生活感が少し見える方が「私と同じ」という親近感が湧く。
- **時短・効率：**
「〇分でできる」「放置でOK」など、忙しい日常を助けるメリットを冒頭で提示。
- **投稿時間：**
家事がひと段落する「昼12時～13時」や、寝かしつけ後の「夜22時以降」が狙い目。
- **共感ワード：**
「あるある」ネタや、夫・子供へのちょっとした愚痴など、感情共有型のコンテンツが強い。

カスタマイズ実践ステップ

1. **ターゲットを1人に絞る：**「50代全員」ではなく「55歳、最近健康が気になる男性」のように具体的に想像する。
2. **テンプレの言葉を変換する：**
例：衝撃事実型「9割が知らない」
→ 50代向け：「昭和生まれなら知っておきたい」
→ 主婦向け：「忙しいママだけが知っている」
3. **プレビューで確認：**スマホの画面で見、文字が小さすぎないか、色が目に痛くないかを確認する。

※本資料の無断転載・再配布を禁じます。
受講生個人の学習目的でのみご使用ください。