# まずは皆さんの自己紹介

- ①お名前、地域 ②ご職業
- ③自身の強み、アピールポイント
- ④11、12月それぞれの目標

## 【オンラインセミナー受講の注意事項】

このレジュメは後程 特設サイトでご覧頂けます。

・このセミナーは録画し、メンバーに 公開されます。(撮影はココからです。)

#### ★個人事業主のための五つ星ビジネス経営塾 ★ 自分ブランド構築オンラインサロン



あり方は一つ! やり方は様々!

# の満席 フロントサービス 超強化セミナー

#### メガヒットコンセプト

ステップ マーケティングの 仕組みの一部

エンド

収益を得やすい継続や 本命サービスの販売

フロントエンド

サービスを体験してもらう(興味、信頼)

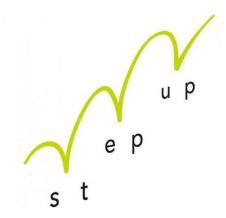
見込み客リスト

メルマガ、LINE等で信頼を築いていく

ブログ、HP、Facebook、Instagram、Twitter、YouTube、リアル、紹介、広告

自分の存在を 知ってもらう

# フロントサービスとは・・・



無料から低価格帯(30,000円以内程度)の、 受けやすいサービス、体験商品など。 リピートや本命商品に繋げていく。

# フロントサービスの例



- ✓セミナー、グループセッション
- ✓ 体験セッション、体験レッスン、キャンペーンサービス
- ✓ 動画セミナー、音声セミナー、通信講座など
- ✓ お茶会、ランチ会、飲み会、旅行・ツアー
- ✓ イベント出店(リスト取り必須)

# フロントサービスの例(今日はこの二つを解説していきます。)

- ✓ セミナー、グループセッション
- ✓ 体験セッション、体験レッスン、キャンペーンサービス
- ✓ 動画セミナー、音声セミナー、通信講座など
- ✓ お茶会、ランチ会、飲み会、旅行・ツアー
- ✓ イベント出店(リスト獲得に繋げるもの)

## 【大前提】

フロント集客の方程式

企画メリスト数メ発信数

効果効能が魅力的か。 面白そうな内容か。 価格や特典などお得か メルマガやLINE公式の 登録者数がどれくらいか。 見込み客が育っているか。 予告をどれだけ前から 何回やってるか、 受付開始後の発信頻度

# フロントサービス その1

セミナーやワークショップ

#### セミナーやるといいよ!

<8年前の教え> 住福さん、 毎月セミナーをやると 売上が安定してくるから やった方がいいよう



↑ 住福の先生/宮脇小百合さん

#### セミナーやるといいよ!



②数か月から数年後に継続サービスを 申込んでくれる人のリストが作れる

③参加者のシェアで認知度を増やすことができ メルマガやLINE公式のリストも増える

セミナーや イベントの目的は?

#### セミナーやイベントの目的は?

- 信頼・安心を【確信】に育てる
- 濃いファンの見込み客を増やす
- 体験セッションに繋げる
- バックエンドに繋げる
- 集まっている姿を見せる(ブランディング)

ノウハウ系?マインド系?

Q,

では、具体的にどんな内容がい?

ノウハウでもマインドでもOK 大事なことは・・・

# 教育く引き出す

#### 具体的にどんな内容がいい?

セミナーを聴くだけだと長い・・・

学ぶだけでなく・・・

- •考え整理する時間
- ・交流、意見交換する時間



→ 引き出す系のワークをやろう!

A

下手な講師ほど教える上手い講師は引き出す

#### 具体的にどんな内容がいい?

- ・/ウハウセミナー /ウハウ8割。引き出す2割。
- マインドセミナー ノウハウ5割。引き出す5割。

なにを 引き出したらいい?

→ 引き出す系のワークをやろう!

引き出し系のワーク。 なにを引き出す?

#### なにを引き出す?

- ・現在の悩み、現在値
- ・目標値、理想の未来
- ・理想と現実のギャップ



・いまやるべきこと、もっとできること

#### なにを引き出す?

## 住福が行っているワークの例

Q1、あなたの使命(志)はなんですか?

自分の仕事や人生で何を成し遂げたいですか?

Q2、なぜその使命を感じたのでしょうか?

そう思った過去の経験などあれば記入ください。

Q3、あなたが理想的な世界をつくるには、今のサービス以外で どんなサービスや商品を提供するといいでしょうか?

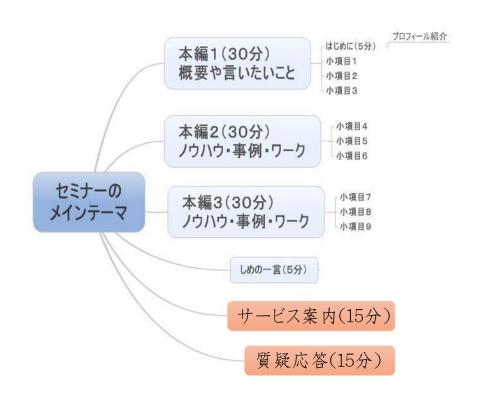
# オススメのセミナー構成

#### オススメのセミナー構成

【2時間のセミナーを考えてみよう】

90分と15分×2に分ける

- 90分: 本編(3部構成)
- 15分: サービス案内
- 15分: 質疑応答



# [7-71] セミナーのアイデアを 考えよう!(3つ(らい)

#### 【ワーク2】セミナー構成を考えてみよう

セミナーの	メインテーマ	
本編1 (30分)		
本編1	はじめに (5分)	
	小項目1	
	小項目2	
	小項目3	
本編2 (30分)		
本編 2	小項目4	
	小項目5	
	小項目6	
本編3 (30分)		
本編3	小項目7	
	小項目8	
	小項目9	

#### <セミナー作成3ステップ>

- ①セミナーのテーマやタイトルを考える
- ②教えられることを書きだしてみる
- ③伝える順番・構成を考える

#### <その他に>

- •どんなワークが出来るか
- ・シェアタイムをどこで作るか
- ・どんな引き出し系の質問が出来るか

申込率アップ

# [7-23]

# セミナー参加特典を

考えよう!



イベントやセミナーを即日満席にする方法

セミナーやイベント集客 どうすればいい?

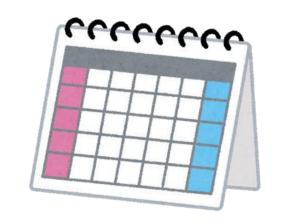




いきなり告知しても人は集まりません。

早目の予告からがスタートです。

詳細が決まる前から案内しましょう。



## セミナー、イベントは

### 日時の確保が必要なので・・・

2~1か月半前から予告します!

メルマガやFBでつぶやくところからがスタート



#### ◆ 予告の具体的な内容

- ・いついつにこんなセミナーをやるつもり
- セミナー目が決まった
- 会場が決まった
- 具体的にこんな内容を話す
- こんな人にオススメ
- 受けるとどうなる
- どんな思いをこめたセミナーだ

予告の段階で 行きたいと 思わせておく



→ 募集状況をタイトルでアピール

【地名〇月〇日募集開始】〇〇セミナー

【明日募集開始】(誰がどうなった)

【募集開始】地名 〇〇セミナー

【募集中】(誰がどうなった)

【残席〇席】(誰がどうなった)

お客様の声お客様の成果

# イベントやセミナーを 日浦馬 EI I にする方法



- ① 準備は2カ月かける (最低でも1か月前から)
- ②見込み客に直接メッセージでアプローチしておく
- ③既存クライアントには事前に参加申込してもらう

## 募集開始すぐに満席にするなら・・・

- ④ ランディングページを魅力的に書く
- ⑤ 募集開始は自分のメディアをフル稼働
- ⑥ 募集後1~2日で集める勢いでアピール (集まっているという事実をFB、メルマガ、ブログでしっかり伝える)

募集開始すぐに満席にするなら・・・

特に効果が高いのは・・・

・見込み客に直接メツセージ

・ランディングページを魅力的に書く

募集開始すぐに満席にするなら・・・

心理的にメ日は申込が多い

早期申込特典·人数限定特典

早割、セッション、何かプレゼントなど



## ◆ その他セミナー集客のポイント

ブログ、HP、メルマガ、LINE公式、SNSで 何度も何度も予告&告知

・ 仲間にシェア、紹介の依頼。一人で集めない! 自分のホームじゃないなら現地の人に頼る。

## フロントサービス その2

体験サービスやキャンペーンメニュー

#### サービスメニューの考え方

- ◆セッションつて3種類あります
- ①体験セッション
- ② 単発セッション(本セッション)
- ③ 継続セツション(バックエンド、契約)

#### サービスメニューの考え方

- ◆イメージとしては···
- ① 体験セッション → 問診
- ② 単発セッション 一 応急処置
- ③継続セツション 一根本治療

◆体験サービスとは 本サービスや継続サービスに 繋げるためのメニュー 課題を教えることがメイン 要注意!

<u>体験サービスで</u> 本サービスはやらない!

(それはお客さんに伝えておいてもOK!)

#### サービスメニューの考え方



## ● 一番大事なことは・・・

たった一回の サービスだけで 相手の人生を変える のは難しいと心得る

# 相手の人生に素晴らしい 変化を起こすには どうすればいいかが軸

#### サービスメニューの考え方

体験サービスの提供内容

必要な対処策はコレ! 改善するまでに どれくらいの期間が必要!

専門家として相手の問題のドクターになりましょう!

## 【原則】

# 企画やオファー内容が 魅力的でないと申し込まれない

コンセプト、サービス内容、特典、価格、自分の想い、エネルギーなど

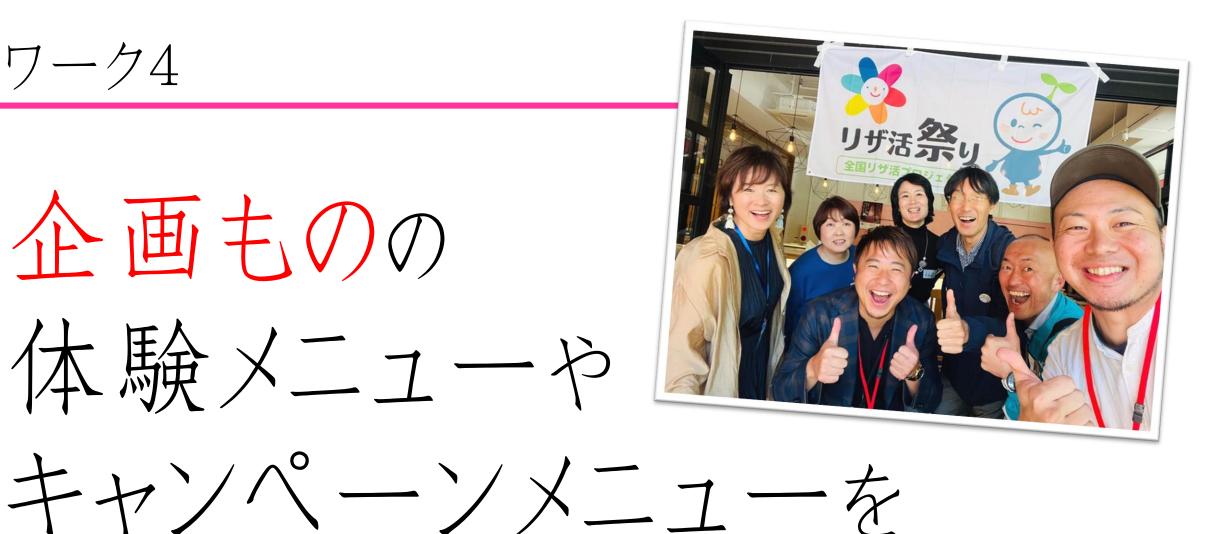
# Q、体験サービスはあるけど 全然申し込みが無い場合は?

- ①募集期間や受付人数を限定する②特典をつけて付加価値を上げる
- ③企画もののメニューをやってみる

Q、企画もののメニューとは…? × 「60分 個別体験コンサル」

- ✓ビジネス初心者専用体験コンサル
- ✓無理のない"100万円越え"戦略会議
- ✓ ズバズバ改善案10個だしコンサルティング

# 企画ものの 体験メニューや



3つ以 上考えてみよう!

### 企画だけではなく・・・

魅力がしつかり伝わる ランディングページ(募集記事) を作っておこう!

#### 販売記事とは…

イケてない販売記事の特徴

- ・箇条書きが多すぎる
- ・商品やサービスの説明がメイン
- 購入するとどうなれるか伝わらない
- 売り手の人間性や思いが伝わらない

#### 販売記事とは・・・

## 販売記事に必要な内容

- ①購入するとお客様はどうなるのか
- ② その理由、根拠、実績は?
- ③すでに購入した方はこうなっている
- ④ 商品(サービス)の詳細、申込みリンク
- ⑤ 一言で伝えると「どんな変化があるのか」



販売記事とは・・・

販売記事、告知文は超重要!

ボリュームが多く、面倒ですが

集める力が

ボリューム = 内容がある!

跳ね上がります!

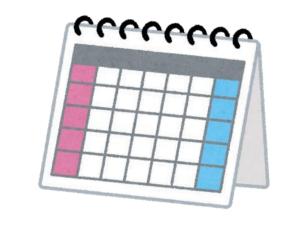




いきなり告知しても人は集まりません。

早目の予告からがスタートです。

詳細が決まる前から案内しましょう。



## 募集前にサービスの

内容や価値を伝えて信頼を得る!

▶ 受付開始1週間前から予告

(セミナーとは違い1週間ほど前からでOK)

#### Webでセールス&集客

## 予告する内容は?

- ・いつから受付開始
- 誰がどうなるサービス
- このサービスへの想い
- ・クライアノトがどうなっている

提供内容に関連する お客様の声を紹介! 良さそう!楽しそうを伝える。



体験や単発で出た クライアントの変化・成果も 案内してOKです(\*´艸`)

#### Webでセールス&集客

【その他のポイント】

- ・受付開始は月~水の吉日。
- 1週間予告。1週間受付。
- ・最終日は二回案内すること。
- ・個別で直接ご案内するのも大事。



## 案内時のポイント

→ いつから募集なのか、募集状況をアピール

【明日募集開始】(誰がどうなった)

【募集開始】○○継続コース

【本日〆切】(受けるとどうなる)

お客様の声お客様の成果

気持ちは軽やかに!ワクワクどきどき感を意識

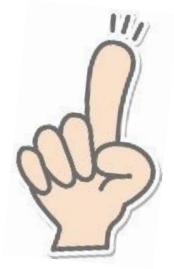
#### Webでの集客

【最後まで諦めないで!】

Webでの集客は



が一番売れます!



## 【大前提】

フロント集客の方程式

企画メリスト数メ発信数

効果効能が魅力的か。 面白そうな内容か。 価格や特典などお得か メルマガやLINE公式の 登録者数がどれくらいか。 見込み客が育っているか。 予告をどれだけ前から 何回やってるか、 受付開始後の発信頻度



- ①何月にどんなフロントをやりますか?
- ②予告はいつから必要そうですか?
- ③目標の集客人数は何人ですか?

## 質疑応答夕イム







11/7フロントサービス超強化セミナー

11/14 売上伸ばす部 ステージ1

11/21 売上伸ばす部 ステージ2

11/28 売上伸ばす部 ステージ3



【12月開催 每回am10—12時】

12/5 大人向け国語講座

12/12 グループコンサルティング

12/19 ザワつくマインド調えセミナー

12/26 量子力学&目標設定





