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。)

あなたのビジネスを飛躍させる

起業オンラインサロン

フロントサービス

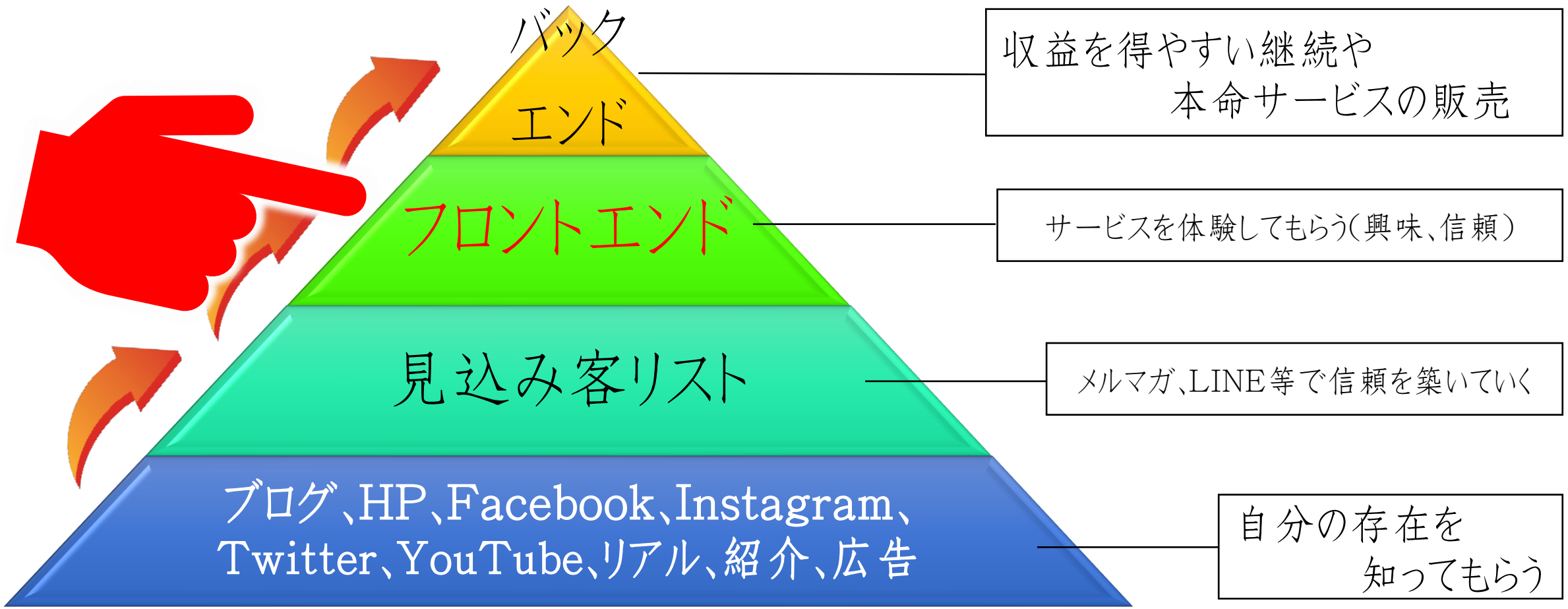
超強化ワークショップ

Business on-line salon

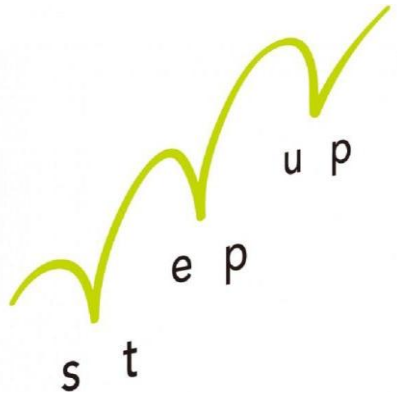
JEC

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

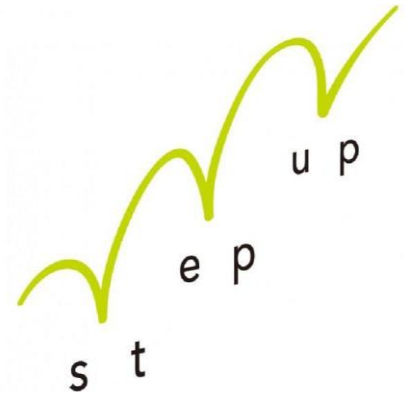


フロントサービスとは･･･



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 × リスト数 × 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！

＜12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♪



↑住福の先生/宮脇小百合さん

セミナーやるといいよ！



①すぐに継続サービスに申込んでくれる人が増える

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

Q、
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
どんな内容がいい？

具体的にどんな内容がいい？

ノウハウでもマインドでもOK
大事なことは…

教育＜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？

- ノウハウセミナー
ノウハウ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！

Q、
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？

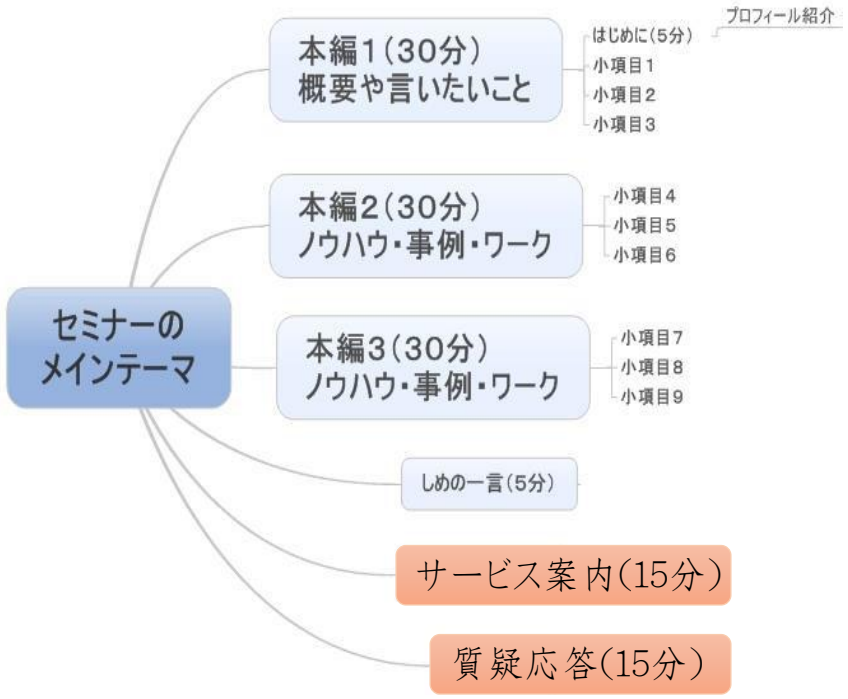
オススメの
セミナー構成

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



【ワーク1】
セミナーのアイデアを考えよう！(3つくらい)

【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

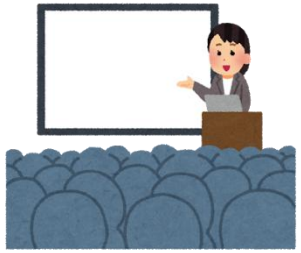
【ワーク3】
セミナー参加特典を考えよう！



イベントやセミナーを即日満席にする方法

Q、
セミナーやイベント集客
どうすればいい？

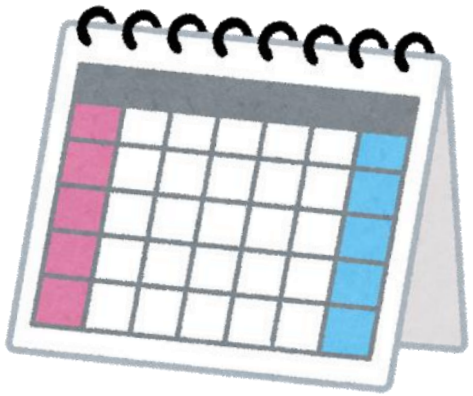
【原則】



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
- セミナー日が決まった
- 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

◆ 案内時のポイント

→ 募集状況をタイトルでアピール

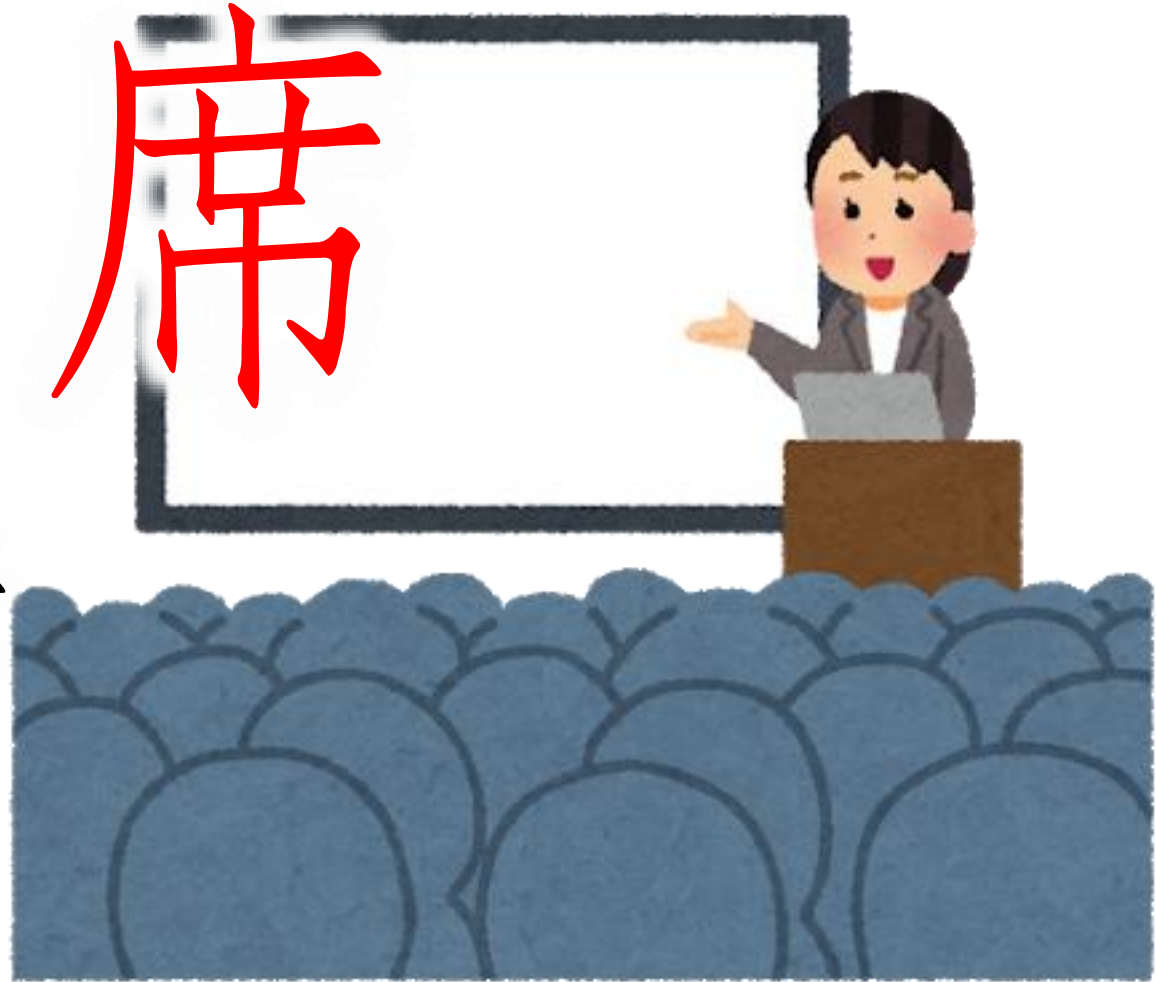
【地名　○月○日募集開始】○○セミナー
【明日募集開始】(誰がどうなった)
【募集開始】地名　○○セミナー
【募集中】(誰がどうなった)
【残席○席】(誰がどうなった)

お客様の声
お客様の成果

イベントやセミナーを

即日満席

にする方法



■ 募集開始すぐに満席にするなら…



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…

・見込み客に直接メッセージ

・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「〆日」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

◆セッションって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 継続セッション（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 → 応急処置

③ 継続セッション → 根本治療

サービスメニューの考え方

◆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

サービスメニューの考え方

【要注意！】

体験サービスで
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

ワーク4



企画ものの
体験メニューや
キャンペーンメニューを
3つ以上考えてみよう！

企画だけではなく…

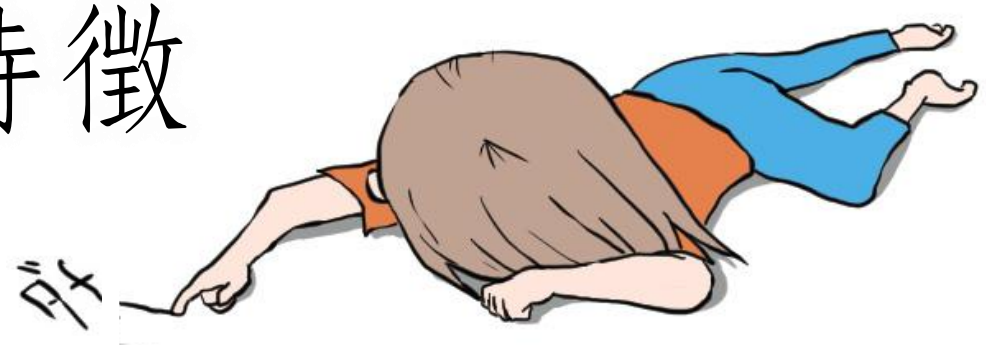
魅力がしっかり伝わる

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…

【最近のポイント①】

冒頭でガッシリ心を掴む

ベネフィットを入れる！

ベネフィット＝得られる利益、具体的な変化

販売記事とは…

【最近のポイント②】

成果事例を冒頭で複数紹介する！

→ ベネフィットの印象&信頼度を濃くするため

販売記事とは…

【最近のポイント③】

変化のためのポイントを
明示＆何度も伝える！

販売記事とは…



＜最近の傾向＞

- 早く答えを知りたい
- その事実性を確認したい
- 面白そうな情報に興味がある



販売記事とは…

＜総合的にまとめると…＞

強力なベネフィットを
＼素早く！シンプルに！繰り返し！／

Quick・Simple・Repeat



販売記事とは…

■販売記事の流れ

① 強いベネフィット → サービス紹介 → 事例紹介
② こんなお悩みありませんか(3～5個)
③ ××な勘違いしてない？実は○○が大事だよ！
④ ヒーローズジャーニー(自分の失敗から成功への軌跡)
⑤ 冒頭とは違う事例紹介
⑥ 再度、強いベネフィット＆サービス紹介
⑦ 商品、サービスの詳細
⑧ 最後に…で自分の想いを伝える



販売記事とは…

■販売記事、告知文は超重要！

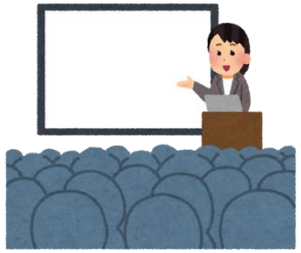
ボリュームが多く、面倒ですが

集める力が

跳ね上がります！

ボリューム
＝内容がある！

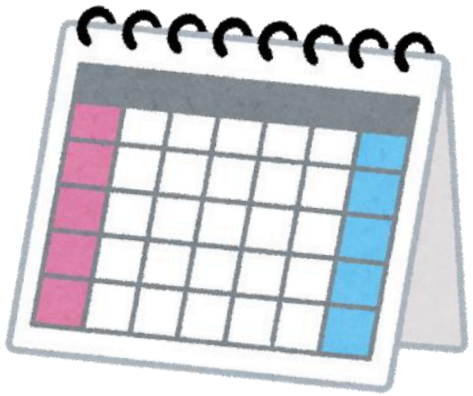
【原則】



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
- クライアントがどうなってい

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】〇〇継続コース
【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

募集開始日と最終日

が一番売れます！

【大前提】

フロント集客の方程式

企画 × リスト数 × 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

ワーク5



今日のセミナーを聴いて…

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？

質疑応答タイム





＜１０月１６日募集開始＞



JEC 日本起業コンサルタント協会
Japan Entrepreneurship Consultants Association

＜１０月２１日開催＞



JEC 日本起業コンサルタント協会 Japan Entrepreneurship Consultants Association

＜１１月２７日開催＞



JEC
日本起業コンサルタント協会
Japan Entrepreneurship
Consultants Association

【10月開催　毎回am10―12時】

~~10/5　冬マルシェ説明会~~

~~10/13　フロントサービス“超”強化ワークショップ~~

10/19 マルシェ出店者向け 仕組み作り＆作業会

10/26 ネガティブの乗りこなし方セミナー



【11月開催　毎回am10—12時】

11/2 LINEステップ配信設計＆作業会

11/9 メルマガ＆ステップメール作る部

11/16 セールス＆クロージング勉強会

11/24 マルシェ直前！出店者向け 最終確認＆リハ作業会

11/27 ★冬マルシェ本番！ am10:00〜15:00

