



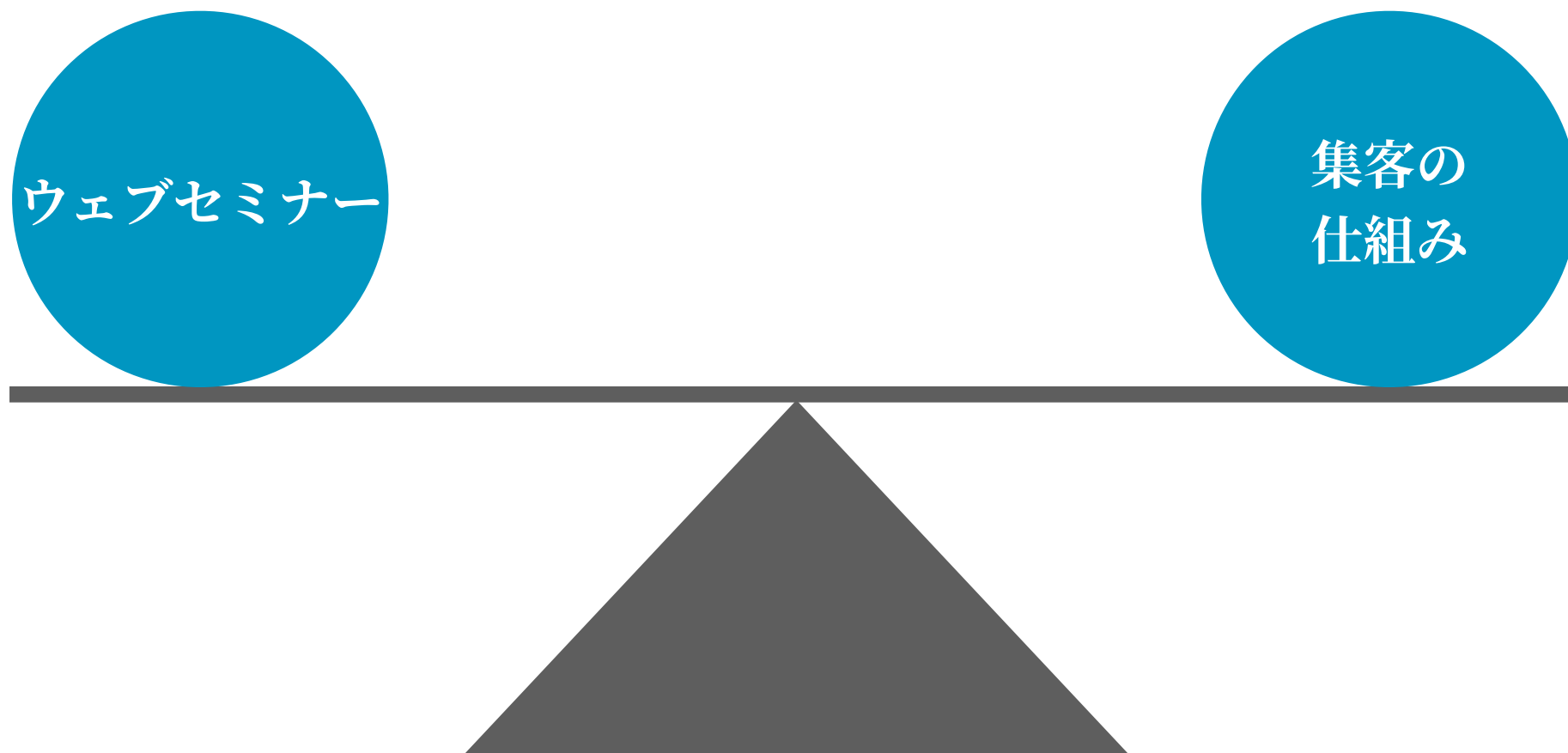
ウェブセミナー攻略セミナー

鼻歌交じりの商売道

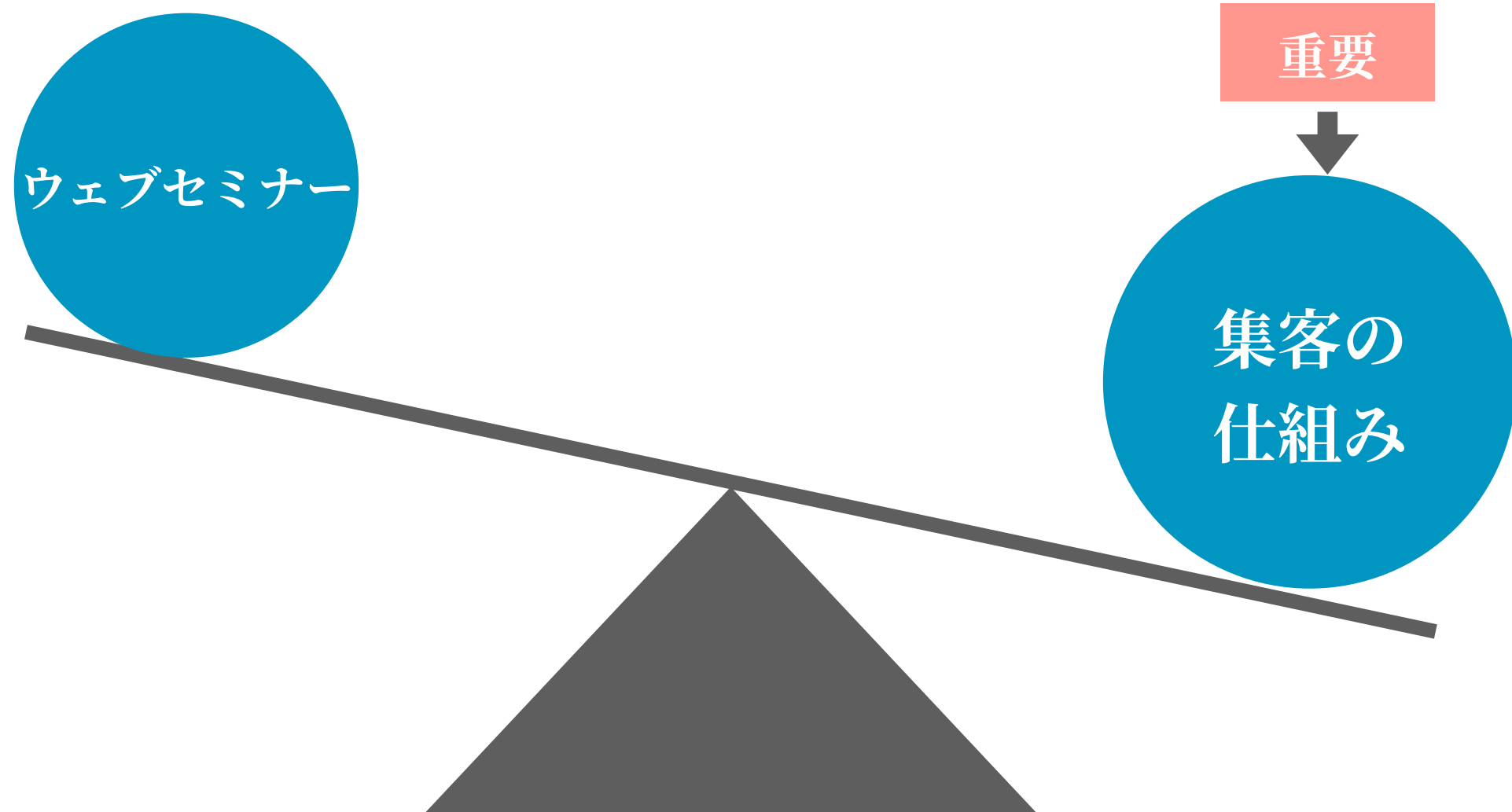


スモールビジネス特化の学び舎

攻略するための2つの視点



攻略するための2つの視点



本日のセミナーでの目標

チェックインしましょう！

- ・ 参加したきっかけ
- ・ 現状の課題
- ・ 何を持ち帰りたいか



今日手に入れてもらうこと

ウェブセミナーに欠かせないたった2つの重要ポイント

成約率60%が平均！売れるセミナーシナリオの作り方

参加者をどうやって集めるの？集客の「仕組み」の作り方

ウェビナーで絶対にやってはいけないこと

その他企業秘密のノウハウを公開していきます



時間割

はじめに

なぜウェブセミナーが有効か？

学科編

ウェブセミナー攻略の2つのポイント、シナリオ作成

実技編

ウェブセミナーの一部を実演

集客講座

ウェブセミナーへの集客方法



このは屋のセミナーは特殊です

「学科」「実技」に別れている理由は、

- ノウハウよりも**実践**に価値を置く
- **自分で運用**できるようになること

という、信念があるためです

ウェブセミナー
攻略セミナー

入門

学科編

実技編

集客講座

まとめ

なぜウェブセミナーが
有効か？

本日の流れ

時間割

はじめに

なぜウェブセミナーが有効か？

学科編

成約率の高いウェブセミナーシナリオの作り方

実技編

ウェブセミナーの一部を実演

集客講座

ウェブセミナーへの集客方法



なぜウェブセミナーが
有効か？

入門

学科編

実技編

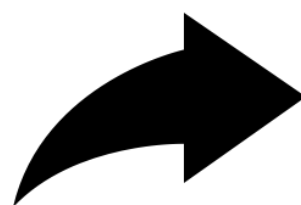
集客講座

まとめ

ウェブセミナーってなに？



会場型のセミナー



ウェブ上のセミナー



ウェブセミナーってなに？

通常のセミナーをオンラインで行うこと

- ・リアルタイムで開催
- ・録画したものを配信

まずはここから



ウェブセミナーをやるべき4つの理由

その1

1 対多の販売モデルを構築できる

その2

興味のある人だけに提案できる

その3

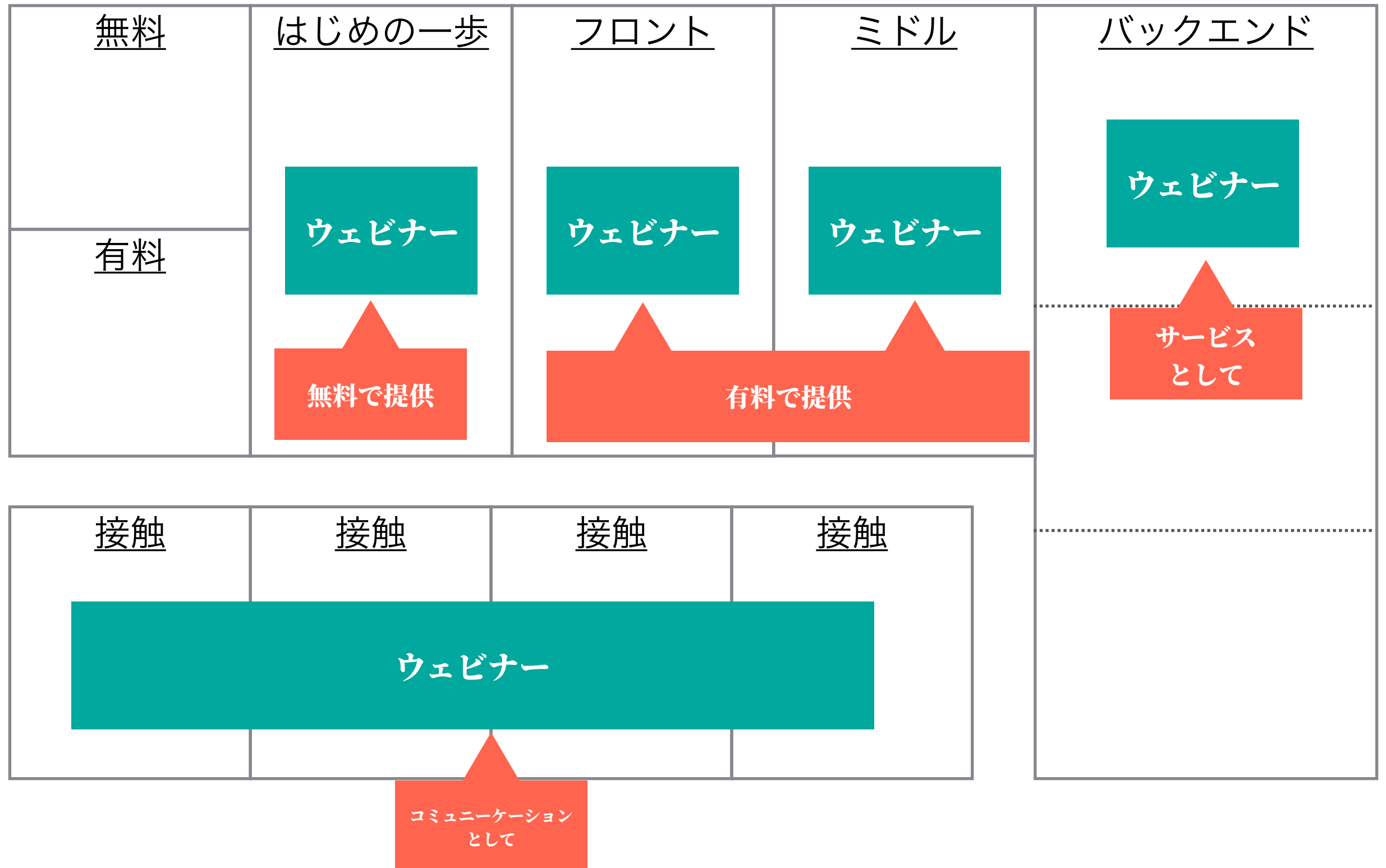
販売プロセスによる再現性がある

その4

ビジネスモデルのあらゆる所で活用できる



ビジネスモデルの大地図



ウェブセミナー
攻略セミナー

入門

学科編

実技編

集客講座

まとめ

ウェブセミナー攻略の 2つのポイント

セミナーには2種ある

●情報提供型セミナー

●顧客獲得セミナー

この2つの目的は、全く別！



顧客獲得（セールス）セミナー2つのポイント

その1

セミナー
シナリオ

その2

集客の
導線設計

2つが揃わないと、セミナー営業はできない



顧客獲得（セールス）セミナーの最大のポイント

◇成約率の高いシナリオがないと…

→せっかく集めても、**成約しない**

◇集客できる導線がないと…

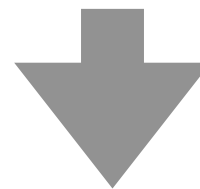
→そもそも、**参加者が集まらない**



顧客獲得（セールス）セミナーの最大のポイント

セミナー
シナリオ

集客の
導線設計



お客さん獲得



ウェブセミナーシナリオ 作成で重要なポイント

本日の流れ

時間割

はじめに

なぜウェブセミナーが有効か？

学科編

成約率の高いウェブセミナーシナリオの作り方

実技編

ウェブセミナーの一部を実演

集客講座

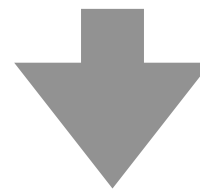
ウェブセミナーへの集客方法



顧客獲得（セールス）セミナーの最大のポイント

セミナー
シナリオ

集客の
導線設計



お客さん獲得



【導入編】 4つのポイント

- 1 聞いてほしいターゲット
- 2 提案したい商品（フロントエンド商品、バックエンド商品）
- 3 3つのなぜ
- 4 即席シナリオフレーム



今日やりたいこと

細部よりも、アウトライン



ウェブセミナーで絶対に伝えなければならない3つのなぜ

- 1 なんで私にそれが必要？
- 2 なんであなたから買うの？
- 3 なんでいま買うべきなの？

セールスの場面での断り文句を逆算で考え
ウェブセミナー中に教育する



ウェブセミナーシナリオA+B

A

なぜそれ？

なぜあなた？

なぜいま？

B

共感＋信頼ストーリー

FLASHトーク

事例タイプ別テンプレート

即席シナリオフレーム

2/5トーク

オンリー1ストーリー

競合無力化シート

断る理由排除リスト

個別面談テンプレート

...etc



ウェブセミナーシナリオA+B

☆25のテンプレートから一部紹介

- ・ 即席シナリオフレーム（P→Cストーリー）



【※抜粋】即席シナリオフレーム（P→Cストーリー）

6 ステップ

- 1.PROBLEM：問題提起
- 2.WHY：原因、理由
- 3.WHAT：解決策、何をすべきか
- 4.HOW：具体的な取り組み方
- 5.FUTURE：取り組んだらどうなるのか
- 6.CONNECT：商品・サービスへの橋渡し



ウェブセミナー
攻略セミナー

入門

学科編

実技編

集客講座

まとめ

ウェブセミナーの 一部を実演

時間割

はじめに

なぜウェブセミナーが有効か？

学科編

成約率の高いウェブセミナーシナリオの作り方

実技編

ウェブセミナーの一部を実演

集客講座

ウェブセミナーへの集客方法



運営者としてZoomの操作を知っておく必要がある！

- ミュート
- カメラ
- 参加者管理、URL招待
- 画面共有
- チャット
- 録画
- ブレイクアウトルーム
- 反応



ウェブセミナーを再利用

- ZOOMでセミナーを録画
- 録画した動画を販売

⇒WordPressの固定ページで動画視聴ページを作成



集客の仕組み作り

入門

学科編

実技編

集客講座

まとめ

ウェブセミナーへの集客 よくある間違い



本日の流れ

時間割

はじめに

なぜウェブセミナーが有効か？

学科編

成約率の高いウェブセミナーシナリオの作り方

実技編

ウェブセミナーの一部を実演

集客講座

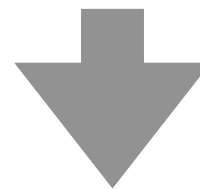
ウェブセミナーへの集客方法



顧客獲得（セールス）セミナーの最大のポイント

セミナー
シナリオ

集客の
導線設計



お客さん獲得



正しい順番

いくら売れるウェビナーでも
聞く人がいなければ始まらない



集客できる仕組みを作る





でも、肝心の**集客**どうするの？

ウェブセミナー集客でよくやりがちなミス

- こくちーず、ストアカ、Udemy等のプラットフォームで募集する
- Facebookのイベント機能で募集する
- ブログでチラッと告知する
- とりあえず、SNSで告知する
- ウェブ広告で、募集ページを出稿する



決定的な 2 つの失敗要因

1

部分的な取り組みになっている

2

「即買い」が前提の仕組みになっている



集客の仕組みがないと悲惨、、、

いきなりウェブセミナーを案内しても申し込みはこない



案内した際に、

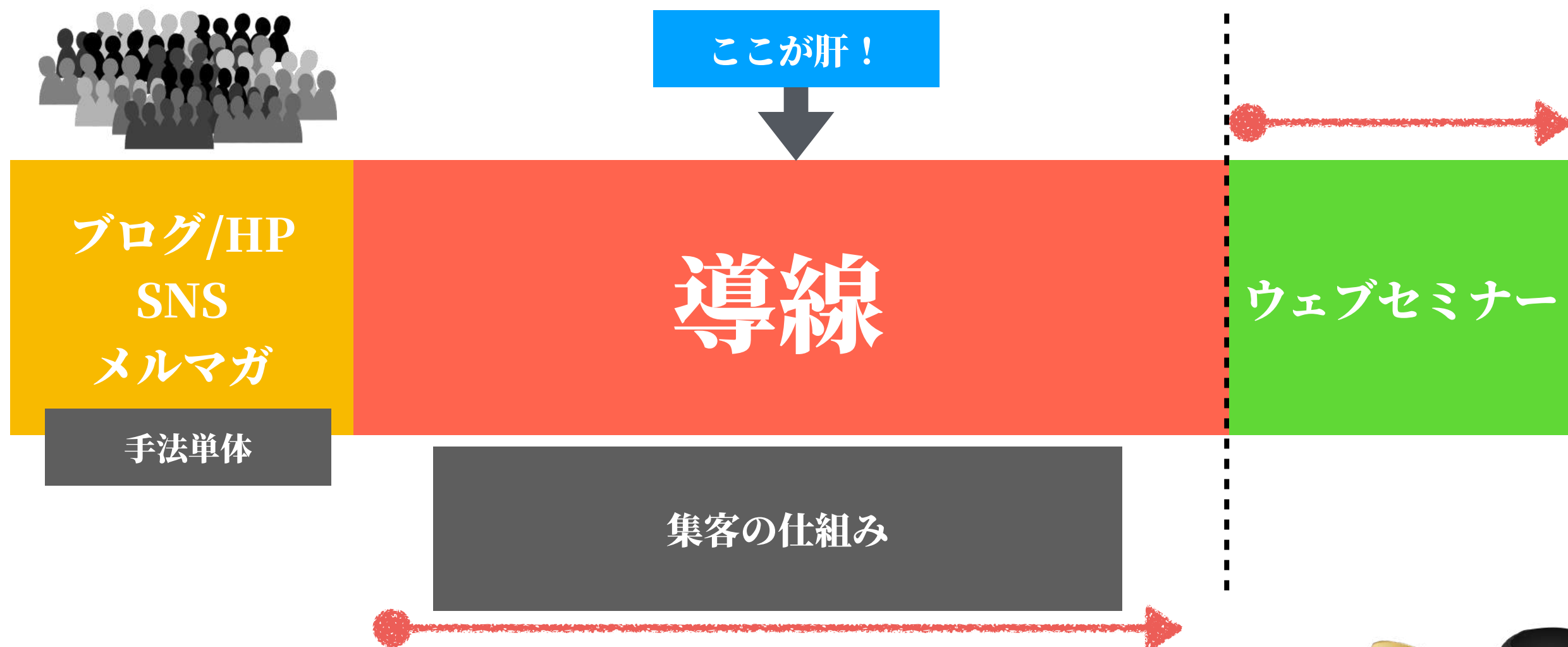
すでに興味がある状態にしておく必要がある



見込み客を集めて、教育する仕組み



見込み客を集めて、育成する仕組み





ネット集客で大切なこと

じゃ、どうやって集客の仕組みを作ればいいの？



集客の仕組み作り

入門

学科編

実技編

集客講座

まとめ

ネット集客 基本の理解



ウェブマーケティングの基礎

集客

見込み客を集める

育成

見込み客に価値観、必要性を伝える

販売

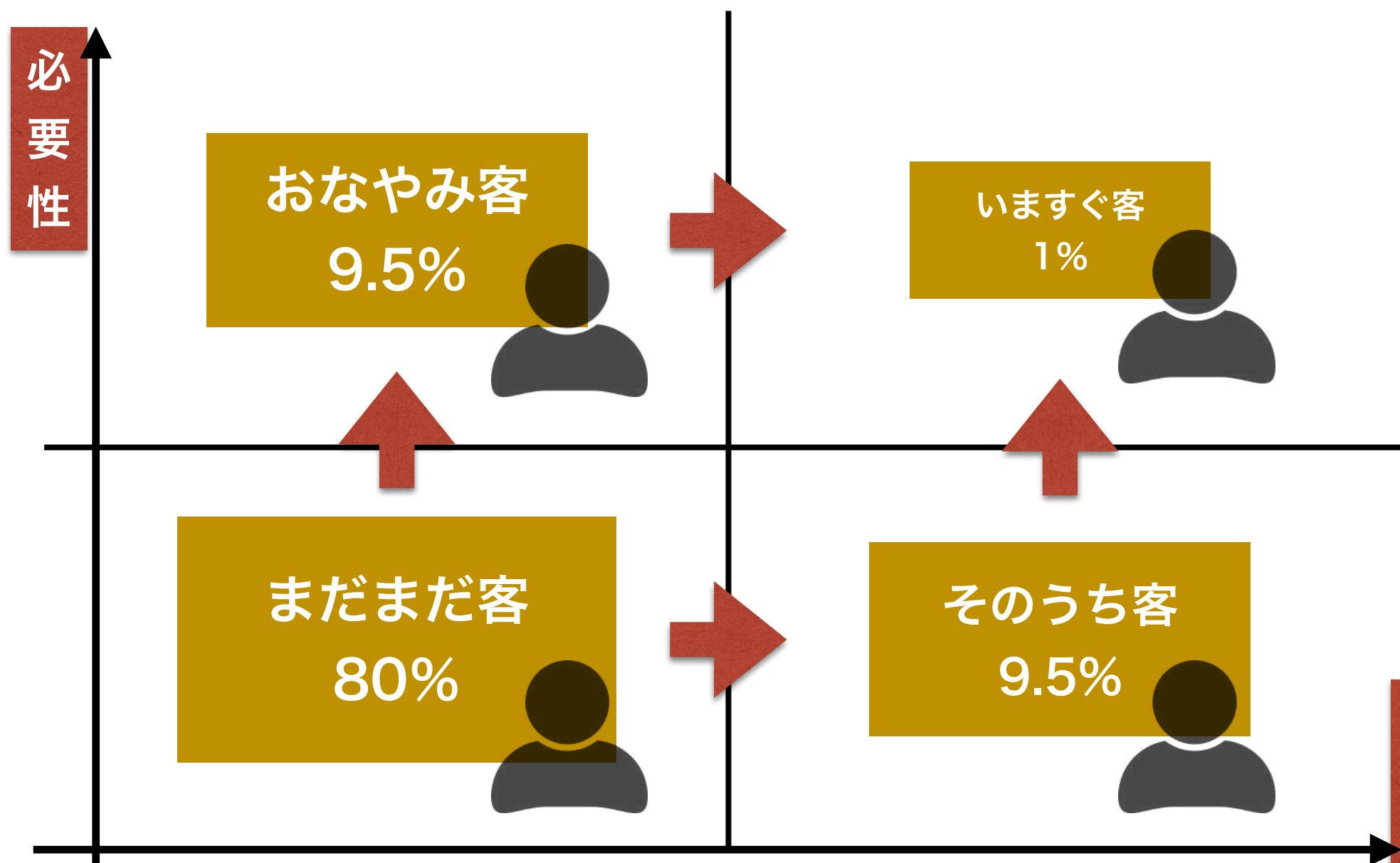
見込み客を顧客化する

維持

定期的に接触して、LTVを上げる



(参考) 4人のお客さん

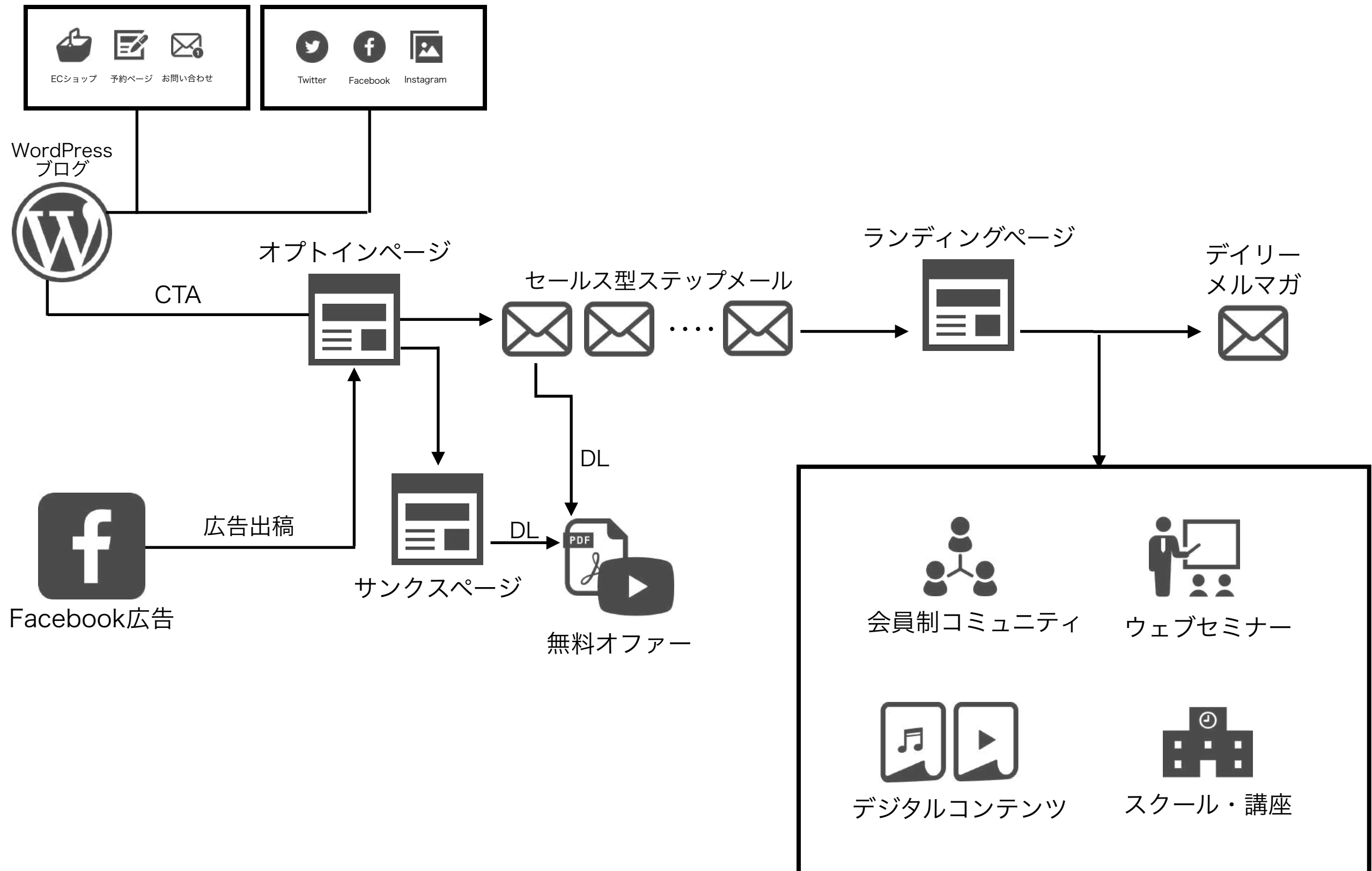


百聞は一見にしかず

シミュレーション



導線設計シミュレーション



集客の仕組み作り

入門

学科編

実技編

集客講座

まとめ

導線設計の作り方 3つの手順

導線設計 3つの手順

ステップ1

設計図を作る

ステップ2

メディアを揃える

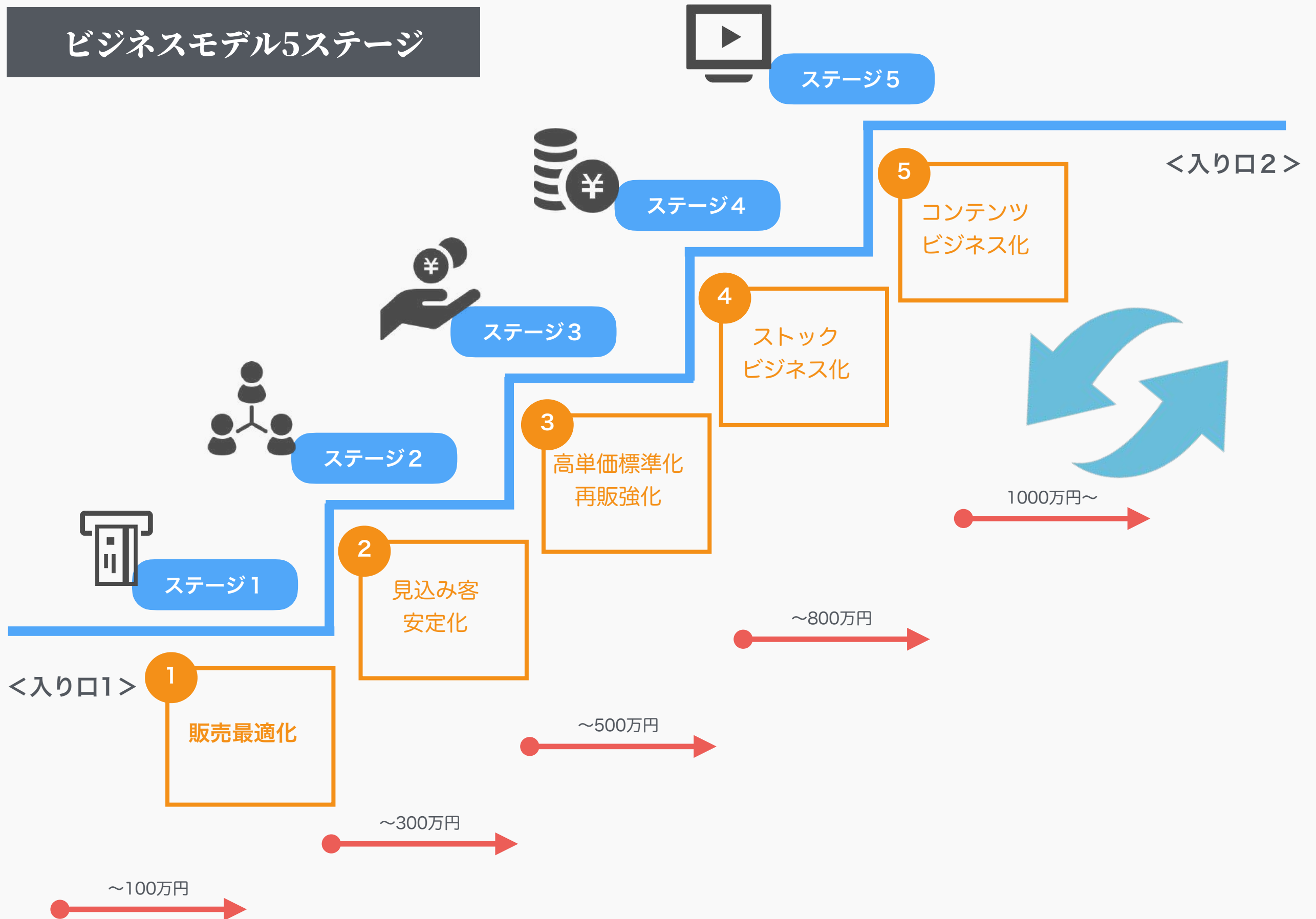
ステップ2

コンテンツを作る

1. 設計図を作る

- ・ 自分のステージを把握する
- ・ 販売する商品ラインを考える

ビジネスモデル5ステージ



ウェブ集客導線の大地図

<u>無料</u>	<u>はじめての一步</u>	<u>フロント</u>	<u>ミドル</u>	<u>バックエンド</u>
<u>有料</u>				
<u>接触</u>	<u>接触</u>	<u>接触</u>	<u>接触</u>	

ステップ2：メディアを揃える

- ・ 知らないと損する **ウェブツール・アプリ**
- ・ 部分よりも、**全体の箱**を作る

ステップ3：コンテンツを作る

- ・ 売り込まずに集客する **コンテンツメイキング**
- ・ 【集客用】 【育成用】 【販売用】 【維持用】
- ・ **テンプレート**（成功パターンの雛形）を活用する

導線設計 3つの手順

ステップ1

設計図を作る

ステップ2

メディアを揃える

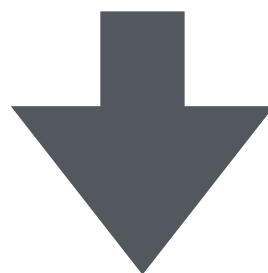
ステップ2

コンテンツを作る



ノウハウは、もう十分

「ノウハウ」「知識」を学ぶ



んで、どうやってやるの？

「実践」方法が知りたい

ブログが大切です

→「自分の場合、どうやって書けばいいの？」

メルマガが大切です

→「そもそも、読者はどうやって集めるの？」

Facebook広告が有効です

→「え、どうやって設定して、出稿するの？」



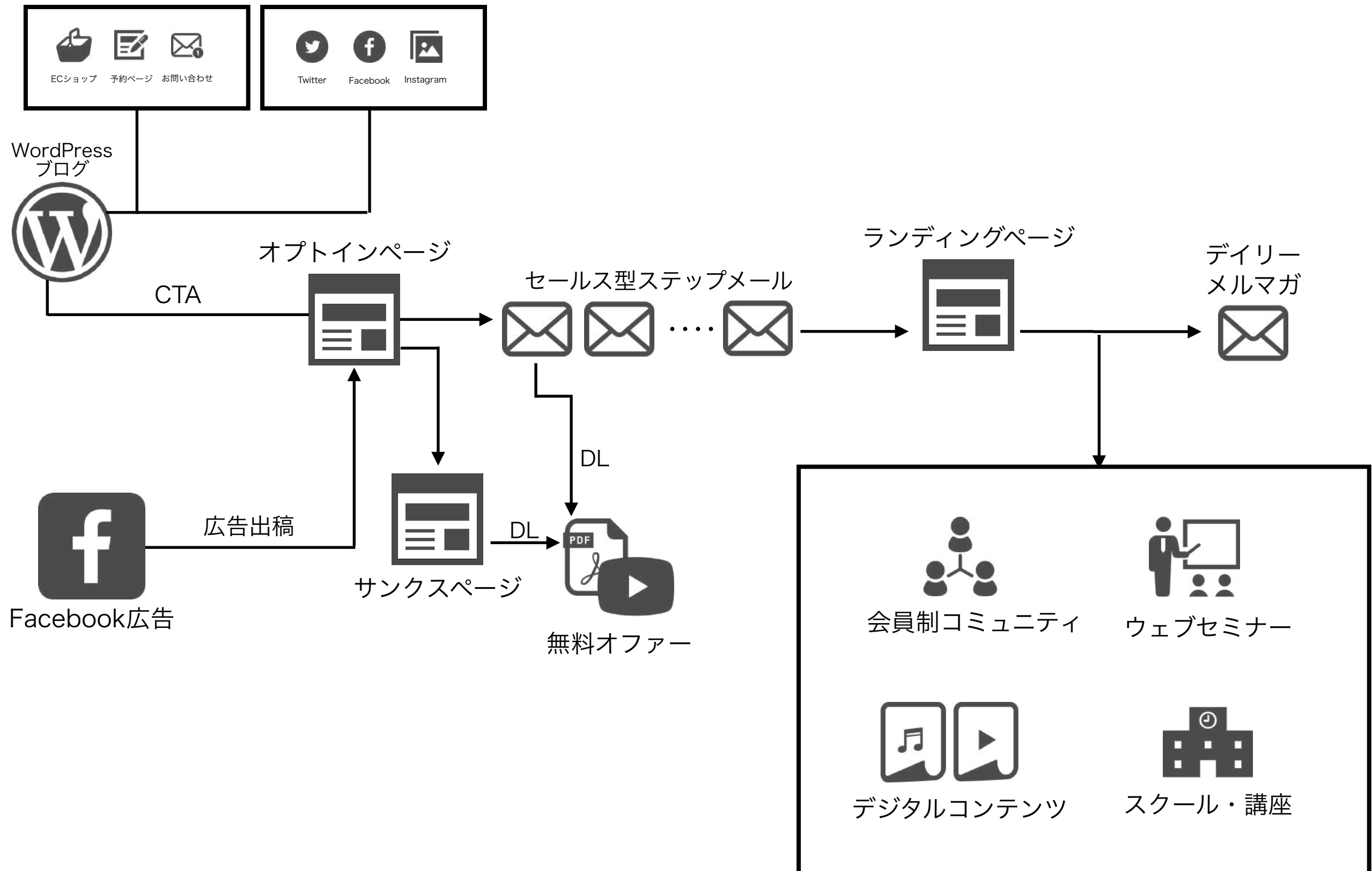
「知識」 → 「実践」

???

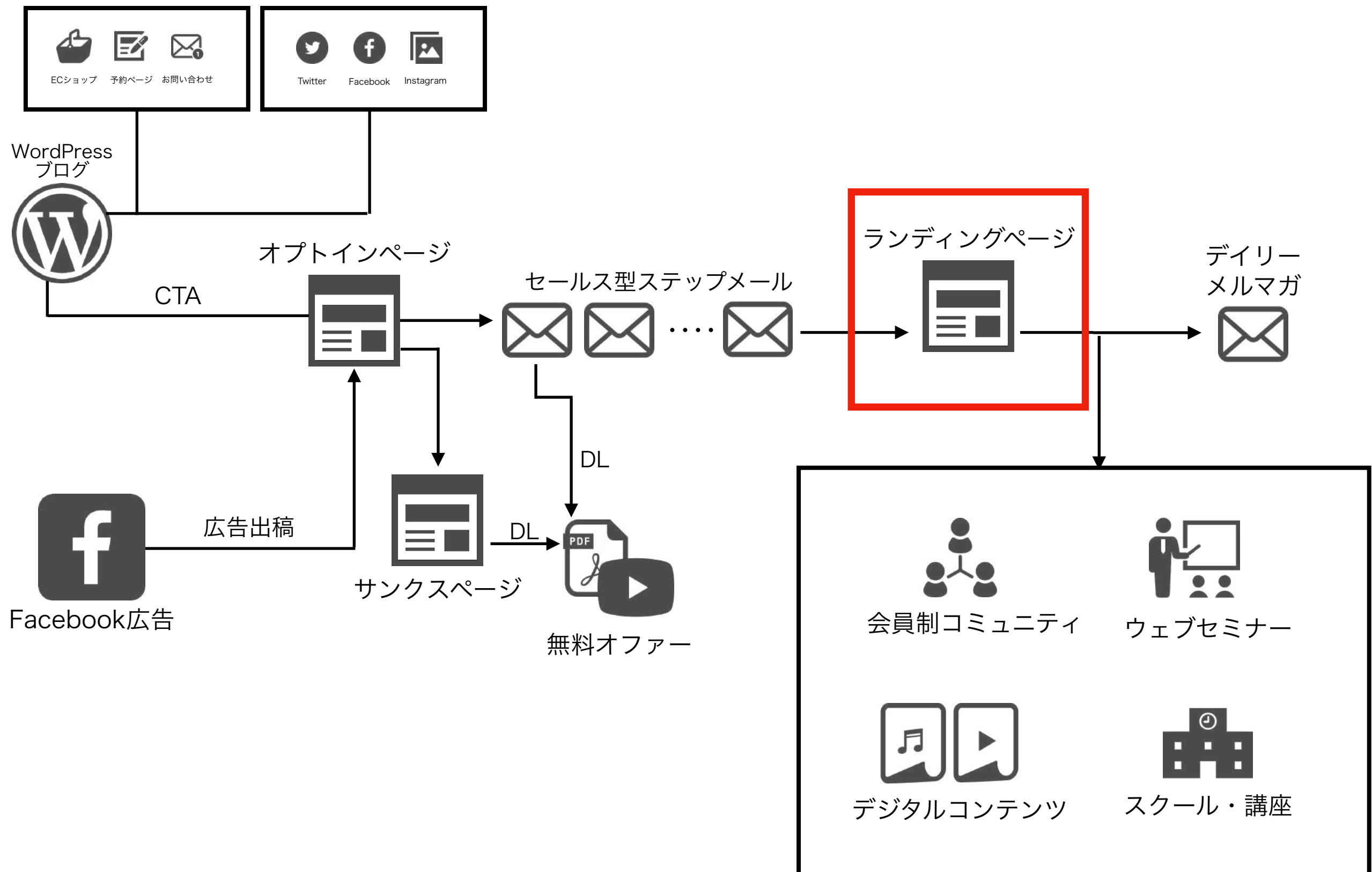
「知識」 → 「実践」

ツール
テンプレート

導線設計シミュレーション



導線設計シミュレーション



【重要】導線設計ができているかのチェックポイント

1

毎月安定的に【見込み客】が集まっている

2

高単価商品でも、【高成約率】で売れているか

3

商品販売が【自動化】されていて、
自分が動かなても集客に支障は出ないか



ネット集客に困っていたスモールビジネスオーナー

- 紹介ばかりで、ネットから集客が全くできない
- アメブロやフェイスブックはやってるんですが…
- オンラインでサービス提供を行いたいのに…



導線設計を行うことで

- 紹介依存から、ネットからの集客が当たり前になった
- ブログやSNSが、ようやく集客につながるようになった
- ネットだけで商売が完結するようになった



集客できるようになる”きっかけ”

~~商品・サービスそのもの
伝えているメッセージ~~



導線のつなげ方



導線設計に必要な2つのスキル

01 パソコン活用 スキル

メディアとコンテンツを作るための
最低限のIT活用スキル



02 マーケティング スキル

メディアとコンテンツを正しく「繋げる」スキル
集客導線を正しく行うためのスキル



ウェブ初心者が抱える不安

できるかな
スマホもろくに
使えない

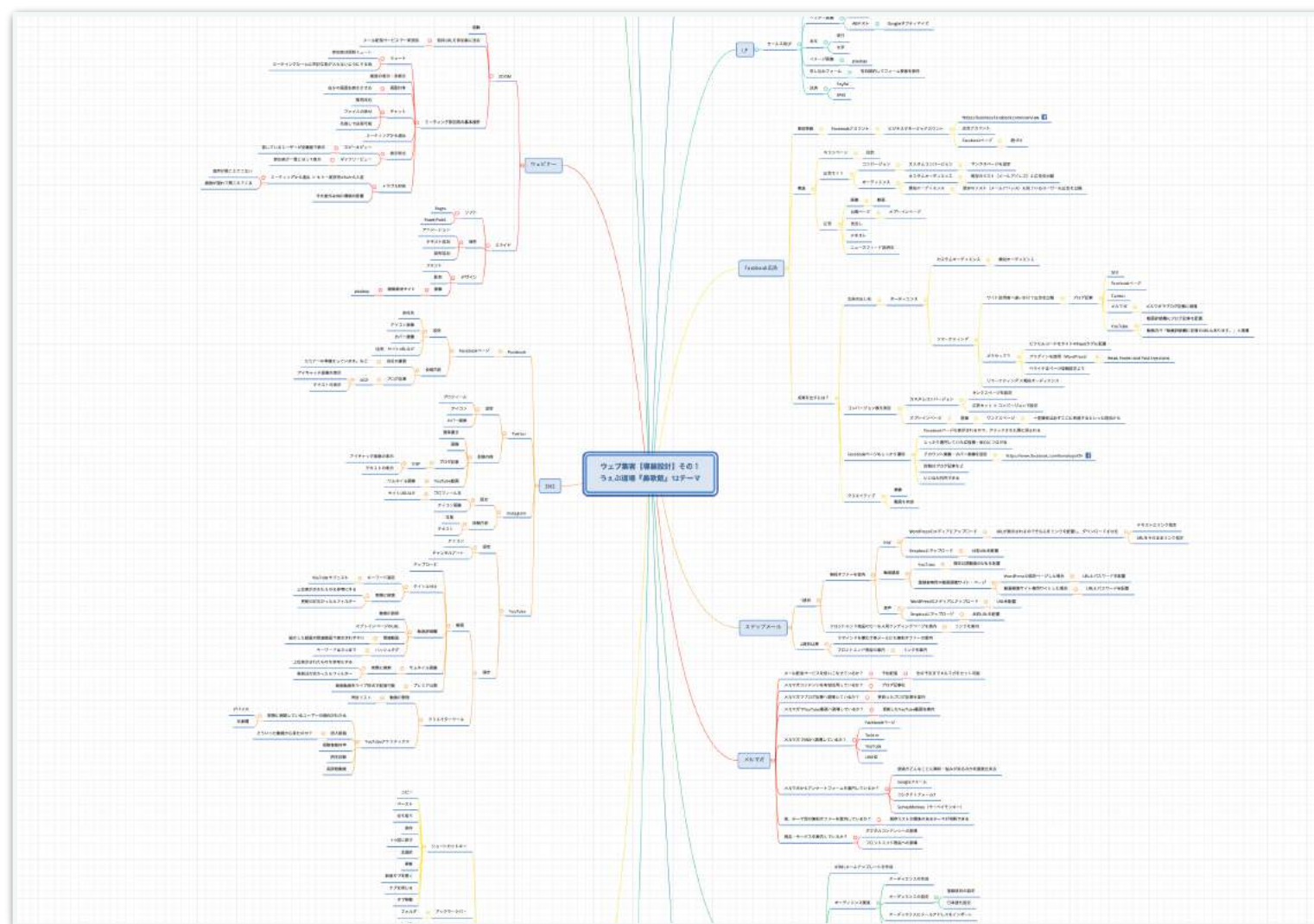


「感覚」ではなく「科学」でやる

- ・【参考】ウェブ集客導線設計チェックリスト



導線設計の方法をすべて体系化





ネット集客は難しいのか？

- ・ 初心者でも、正しい道具を揃えれば実践できます
- ・ ただし、「つながり」が徹底されていれば…

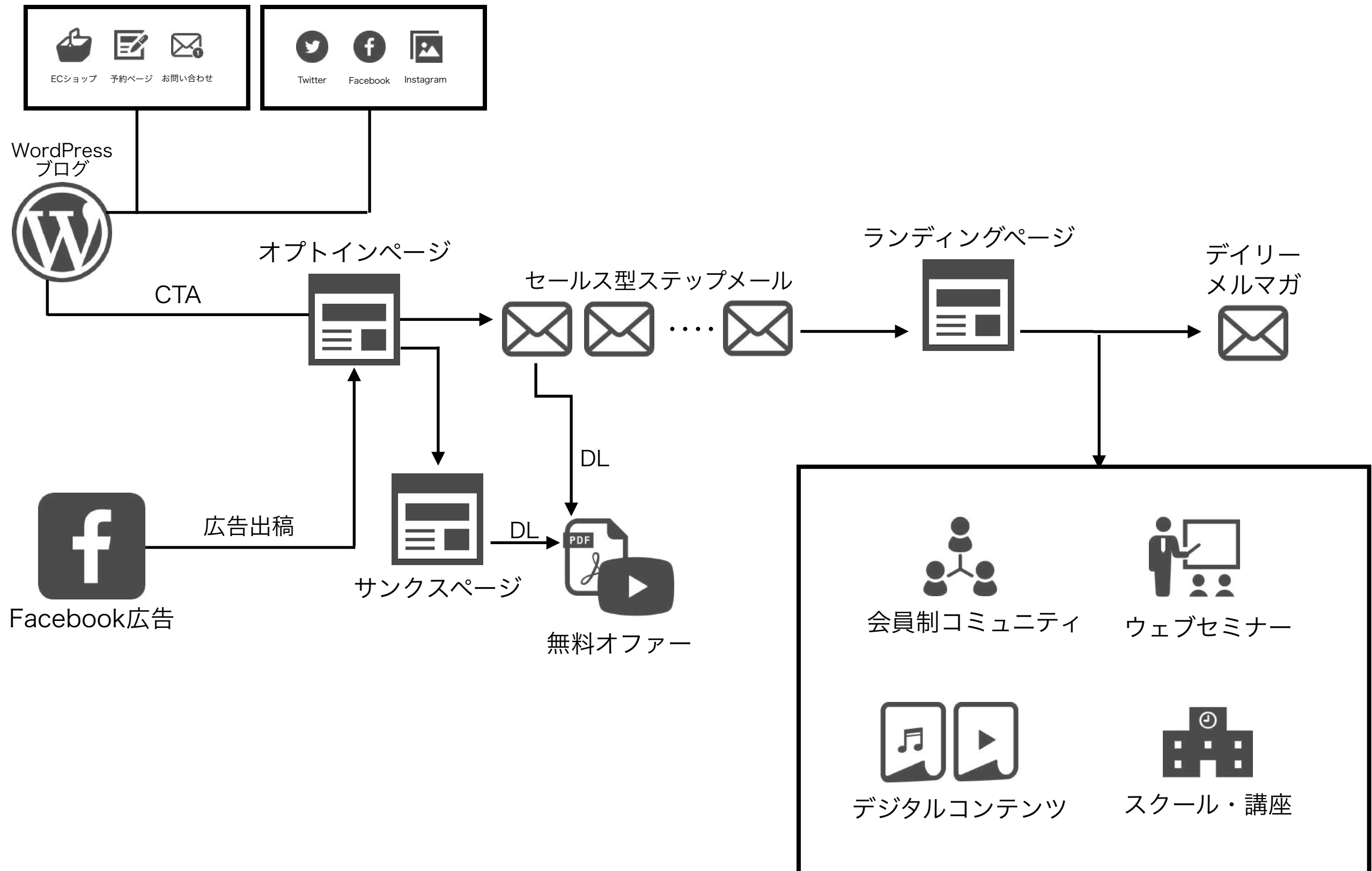
絶対やってはいけないこと

- ・ 手法を場当たりの、部分的に行う
- ・ 箱がないのに、ブログ、SNS、広告に手を出す

上記は、百害あって一利なしです

箱（導線）が先、
中身（部分）は後

導線設計シミュレーション



導線設計 3つの手順

ステップ1

設計図を作る

ステップ2

メディアを揃える

ステップ2

コンテンツを作る

「知識」 → 「実践」

ツール
テンプレート

【重要】導線設計ができているかのチェックポイント

1

毎月安定的に【見込み客】が集まっている

2

高単価商品でも、【高成約率】で売れているか

3

商品販売が【自動化】されていて、
自分が動かなても集客に支障は出ないか



まとめ

入門

学科編

実技編

集客講座

まとめ



まとめ



まとめ

- ・ ウェブセミナーでは、シナリオと導線設計がポイント
- ・ 導線設計3ステップに従い、集客の仕組みを作る
- ・ ウェブマーケティングスキル×パソコン活用スキルを高めて
「ノウハウ」を「実践」に変える



まとめ

入門編

学科編

実技編

集客講座

まとめ



今日あるいは明日からすべきこと

濃い見込み客を集めて
新規客に変える導線を作ること

