

研修会

あなたの塾に必ず生徒を集める 史上最強集客セミナー

2013年6月6日(木) 渋谷ティーズフラッグ
主催:株式会社リアルネット

「チラシで生徒が集まるの?」「ホームページで生徒募集はできるの?」そういった疑問に「集客は科学。法則がある」とする株式会社リアルネットの主催で、塾の集客セミナーが開催された。チラシ部門とホームページ部門別に行われ、参加者は真剣に耳を傾けていた。

チラシ部門

学習塾専門集客コンサルタント
株式会社リアルパートナーズ
取締役 小倉政彦氏

チラシに必要なコンテンツは、「キヤッチ」「強み」「写真」「生徒の声」「オファー・連絡先・その他の情報(授業料も)」で、次のようなトピックスがあげられる。

●心をつかむキヤッチ

時期に合ったキヤッチにし、ニーズをキヤッチにすること。教室での日常の会話をキヤッチにする。ターゲットにとって目立ち、刺激的で、共感できること。色は原色で赤・青を使い、文字は大きくする。変な小細工はしないこと。親御さんはチラシを見て、コンマ何秒かで判断すると言われている。



株式会社リアルパートナーズ
取締役 小倉政彦氏

●驚くキヤッチ

表側に「お子さまの成績を必ず上げます」、裏側に「この夏、お子さまは必ず変わります」などを入れ、37点↓98点、48点↓91点にアップなど、数字にもこだわる。

●USP

(自塾のみが持つ独特の強み・特徴) チラシを作る上で一番大事なものは、「あなたの塾の存在価値を考える」ということ。これを考え、結論を出した上で、集客できるチラシができる。USPになるようなライティング、消費者のメリットになるようなライティングが大事。「点数アップ」「地域ナンバーワン」もUSP。特に女性はメディアに弱いので、雑誌で紹介された記事などを載せることは有効。

●保証

DRM(ダイレクト・レスポンス・マーケティング)では、保証はつきものの。保証の種類、授業料の返金保証は

入会時にも必ず詳細を説明すること。

●写真

イメージ写真や風景写真、モデルなどは×。自塾の生徒と先生の写真、個別指導を強調するような写真にし、人気のある先生、明るい雰囲気を中心に構成する。

●証拠(生徒の声、保護者の声)

よくやるミスは、AくんBくんといった生徒のイニシャルのみの場合。また、生徒の声を載せればいいのかではなく、キャプションを必ずつけること。キャプションを見ればだいたいわかるようにする。写真のキャプションも大事。

●オファー

電話はフリーダイヤルにすると、実際にかかってくる。

●他に載せるべきこと

・授業料を載せないとお母さんは敬遠する。また女性は「キャンペーン」の文字に弱く、必ず見る。
・誰がその塾の代表者か明確にしたほうがいい。明るく少し微笑んでいるような写真付きで、短いコメントを入れる。また、例えば出身校や趣味などのプロフィールを載せると親近感を持たれる。
・チラシとHPはリンクさせて、必ず

相互で見せるようにする(見せる化)。

●ターゲットを絞る

親は自分の子どものことしか考えていない↓成績が上がるか、役に立つか。

●大手のチラシは真似しない

●消費は感情で起こる
欲しいものは直観的に欲しい↓感情を苦痛から解放する。

●広告を出すタイミング

同じ広告でもタイミングによって反応は違う↓お腹が空いている時に魚を釣ろう。

ホームページ部門

スマホマーケティングコンサルタント
株式会社リアルネット
代表取締役 松本剛輔氏

ほとんどの塾がホームページを持っていると思うが、今はPCよりもスマートフォンで検索される方が多く、塾業界もその一つ。

ネット集客で必要なことは、1.PC広告(Pay Per Click)クリック課金のインターネット広告 2.SEO対策(ヤフー・グーグルなどの検索



株式会社リアルネット
代表取締役 松本剛輔氏

結果画面で、自社サイトが上位表示されるために行うさまざまな対策) 3.濃いブログ 4. Facebook 5. Twitter 6. Lineがあり、これらをどう組み合わせるか正しい手順で実践していただければと思う。

まず、HPを持つことが前提。チラシもHPも基本的には変わらず、いかに人をアクセスさせ、引っぱりつけていくかということが大切。3〜5は無料でできるが、ここから手をつけようと思うと集客はできない。

ネット集客で大事なことは以下の2つ。①売れるHPを作成する↓CVR(企業Webサイトの訪問者数に対する、そのサイトで商品を購入したり、会員登録を行ったりした人の割合)を高める ②広告を効率よく運用する↓アクセスを集める

「売れるHP」が「超売れるHP」になるには、キーワード設定は当てずっぽうではなく、何度もキーワードテストをすること。お金をかけることは

時間と手間をかけることでもあり、スピード勝負であれば、基本的にお金をかけたほうがいい。広告はLTV(Life time value)顧客生涯価値)を上げないと、売り上げも上がらない。当たり前のことを当たり前にやるのが大事で、その先には売り上げが倍増している。大事な部分をコツコツやっつけていけば、成果は上がる。売れると業者には嫌われるかもしれないが、「出る杭は抜かれる」といって、違う業界の人からは引張りだこになる。

次世代Web戦略、RWD

これからのHPは、スマホやPCのみの対応ではなく、RWD(レスポンスウェブデザイン)といって、PCやスマホ、タブレットなどの端末に合わせて、コンテンツの見せ方(デザインやレイアウト)を自動的に変えていくものが主流になる。

塾のオフィシャルサイトはRWDで作成し、小・中・高向けのLP(ランディングページ)はPC、スマホ対応の縦長のサイトで作り、キーワードごとに飛ばす先を考える。お客様が求めているページにちゃんと行かせてあげることが大切。

●質疑応答

Q. 自分でいいHPを作るには?

A. いいHPとは、一見で何の商売のHPかわかることが前提で、カッコいいデザインを狙いすぎるのは逆効果。9割の人はアクションを起こさないものなので、そこよりも1%のアクションする人を2%にするほうに注力したほうが良い。また、メルマガ発行をお勧めする。日常のこと、大切にしていること、生徒のこと、教室のことを書いて、アークタイプとして取っておくと、教室の色がわかってもらえる。既存・新規のお客様両方に良い。

例えば、求人メルマガの場合、信者が集まりやすいので楽にできる。週に1回などではなく、ちょっと空いた時間の1日10分で、毎日送信することが大事。



チラシ・HPに関する疑問に答える内容に、参加者たちは真剣に傾聴した