

## 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、人気がある先生、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が明確にしたほうが良い。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良い。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Web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、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