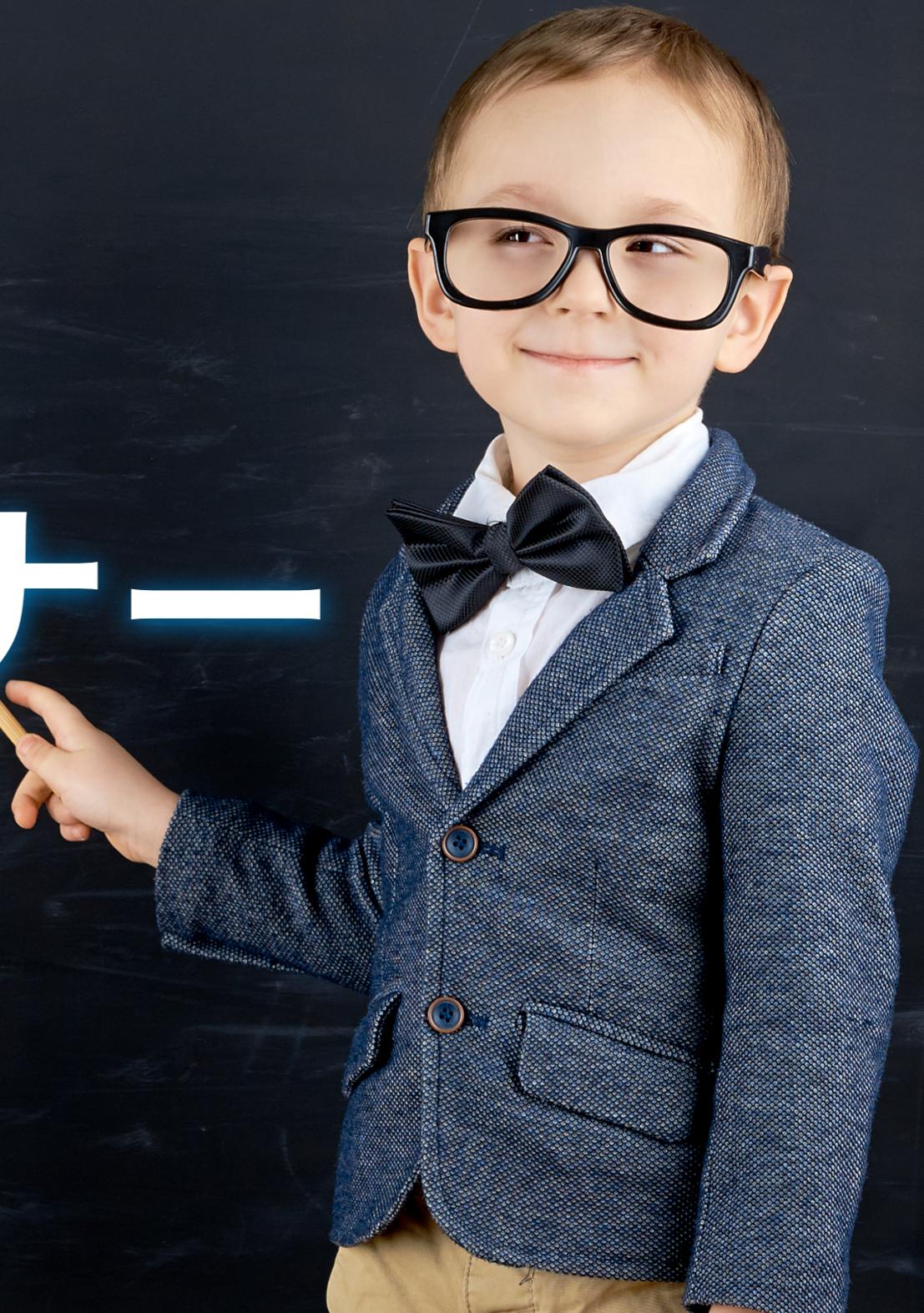


前のめりなファンをつくって
個別相談へ繋げる！

ヒットセミナー のつくり方



くびれ脚アカデミー主宰 藤井かおり

セミナーから売上に繋がらないのは “情報提供セミナー”になっているから

意外に思うかもしれません

セミナーは

「**講師が話せば話すほど失敗します**」

その理由は、

講師の話す時間が長いということは

情報を提供すること自体が価値になり

これだったらYoutubeの動画で良かったじゃん

などと思わせてしまい退屈させて終わるからです。

そうではなく 「**顧客を獲得するためのセミナースタイル**」 について
ここでは伝授いたします。

2つのセミナースタイル

“情報提供セミナー”

→ノウハウを教えるのが目的

10名～100名以上を集めて講師が話す時間が長い

“顧客獲得セミナー”

→お客様のファン化が目的

5名以内で実施する

参加者によるセルフケア体験やディスカッションが中心

顧客獲得セミナーのメリット

- ・その場でセルフケアを実践することで
「変化」 や **「気づき」** をその場で与えられる
- ・先生と生徒の**関係**が構築できる
- ・有益な**お客様の声**がもらえる

ステップを踏むことでお願いされて高額商品が売れる！ ツーステップマーケティング

目の前のお客様にいきなり高額商品を提案するのは初対面の相手に結婚を申し込むのと同じようなこと。当然嫌がれたり、売り込みに思われてしましますよね。しっかりとステップを踏むことで信頼を得てから本命商品を提案することで売り込みをせずにお客様を獲得することができます。

ワンステップマーケティング

本命商品の
購入



いきなり本命商品を売るため
売り込みになってしまう。

ツーステップマーケティング

信頼を得る
ステップ



まずは見込み客を集めて
信頼を得てから本命商品を提案する

ファンメイクステップを通じて セミナーから個別相談へ繋げよう



顧客獲得セミナーの2つのゴール

①個別相談へ繋げる

→セミナーでファン化した上で

8割～10割を個別相談へ繋げることを目標にしましょう！

②お客様の声の獲得

→電子書籍やランディングページ、SNSに掲載できる

有益な「お客様の声」と「プロモーション用写真」を獲得しよう！

まずは30件を目標にしよう。

参加型のセミナーにするポイント

- ・「顔出し」「室内参加」「遅刻・途中退出不可」を参加の必須条件にする
- ・最初にお客様に参加型のセミナーであることを伝える
- ・積極的に参加するメリットを伝える
- ・頻度を高く質問を振る（油斷させない）
- ・セルフケアやディスカッションで体と頭を使わせる
- ・変化や感動を起こす

トラブルのないセミナーにするための事前対策

■ご注意事項

- ・当日の録画・録音・撮影はご遠慮願います。
- ・ソーシャルメディア（SNS、インスタなど）、著者ブログなどでセミナーの様子を紹介させていただく場合がございます。
あらかじめご了承ください。
(お名前・お顔は出しません。お断り頂いてももちろん構いません)
- ・ご参加は女性限定です。

■WEBセミナー・個別体験会受講の方へ

下記4点をご了承頂いた上でご参加ください。

(1)顔出しでのご参加

(2)室内でのご参加

(屋外での参加ですと周囲の音がセミナー中に入ってしまうため)

(3)セミナー開始から10分を超えてのご参加はお断りいたします。

(4)セミナーの途中退出はできかねます。

トラブルのないセミナーにするための事前対策

上記を必ずセミナー申込の方への返信メールに入れてください。

もし「画面オフの参加でもいいですか？」と聞かれたり、

当日画面オフでお願いしますと言われた場合は、

画面オンのメリットを伝えましょう。

正しいやり方でできているか私どもの方でチェックできます。

せっかく時間を作ってやって頂くなら変化を出してほしいです。

逆に言えば、自分なりにやって、もしポイントがズれていれば細くなりません。

細くなるチャンスを逃してしまうことになります。

ですので、

全員に確実に変化を出してほしいという私の想いのもとに

セミナーを開催しておりますので

くびれ脚の行うセミナーでは必ず画面オンで参加することを

条件として統一させて頂いています。

(クレーム防止策の一環ともさせて頂いてます。)

みたいに藤井は伝えていました。

顧客獲得セミナーをつくる

4つのワーク

ワーク①
ファン化を促す

セミナーのテーマを決めよう

自分が販売したい本命講座のテーマ「脚やせ」だけをそのままセミナーのテーマに設定してしまうと

内容が広すぎてしまって
ファン化が促しづらくなってしまいます。

一部の内容を濃く深く体験・体感してもらうことで
「気づき」 や **「変化」** を与えることが大事です。

自分のポジショニングにあったペルソナの悩みや未来を**絞って**
セミナーのテーマ案ができるだけたくさん書き出してみよう！

ワーク①

悩みや未来、お客様対象を絞って アイディアを出してみよう！

記入例：

＜あなたの本命講座の内容は？＞

自分の手だけで一生涯の美脚を叶え、100歳まで歩ける脚作りを目指す。

ケガのしにくい、ハイパフォーマンスを叶える体づくりを目指す。

＜ペルソナの悩みや未来（希望）を絞ってみよう＞

- ・リバウンドしない脚やせ法（悩み）
- ・50代でも美脚になれる方法（お客様対象）
- ・水着の似合う脚になる（未来）

ワーク①

悩みや未来、お客様対象を絞って アイディアを出してみよう！

記入例：

<あなたの本命講座の内容は？>

自分の手だけで一生涯の美脚を叶え、100歳まで歩ける脚作りを目指す。

<ペルソナの悩みや未来（希望）を絞ってみよう>

- ・太もも痩せ（部位別）
- ・セルフケアが続く脚やせ法
- ・リバウンドしない脚やせ法
- ・セルライトのなくし方
- ・50代でも美脚になれる方法
- ・むくみのない脚の作り方
- ・デスクワーカーの脚やせ

- ・O脚改善
- ・スカートが似合う脚になる
- ・スキニーがスルッと履ける脚になる
- ・水着の似合う脚になる
- ・エステから卒業できる
- ・筋トレをしなくても脚やせできる

ワーク②

お客様にどんな感動を与える？

受講後の変化をコミットしよう

セミナーのテーマが決まったら、

「えっ！ 1時間半のセミナーでここまでやってくれるの！？」

と感動を与えるような
出し惜しみのない変化を与えるポイントを決めること。
心を動かすセミナーでなければ、個別相談へはつながりません。

セルフケアやディスカッションを通して
受講前と受講後でどのような
「気づき」や「変化」という感動が起こるのかを決めよう！

ワーク②

受講後の変化のアイディア出し

あなたのセミナーでお客様はどんな「変化」や「気づき」を得ますか？

ワーク②

受講後の変化のアイディア出し

あなたのセミナーでお客様はどんな「変化」や「気づき」を得ますか？

記入例)

- ・太い脚が細くなる。むくみがなくなる。
- ・脚が“軽い”の体感。関節の動かしやすくなる。
- ・肌に透明感が出てツヤツヤになる
- ・脚やせは、難しくない、痛くない、簡単なものだという気づき。
- ・自分で細くできるを体感。
- ・続けたらをすごいことになるとイメージできる。

ワーク③

100%の確率で参加したくなる

個別相談のオファーをつくるう

セミナー開催の大目的である
「個別相談」へ繋げること。

ただ闇雲に個別相談を誘っても
「売り込まれるんじゃないかな？」
「買うか分からぬのに個別で時間を使わせて申し訳ない」

このように警戒されたり、
遠慮されて申し込まれないケースが発生してしまいます。

個別相談を申し込みたくなるストーリーをしっかりと描きましょう！

ワーク③

お客様が個別相談にサラリと
申し込むストーリーは？

記入例：

<セミナーを受けてみてお客様はどんな感情になっている？（新たな課題は？）>

ワーク③

お客様が個別相談にサラリと 申し込むストーリーは？

記入例：

<セミナーを受けてみてお客様はどんな感情になっている？（新たな課題は？）>

言われた通りやってたら脚が細くなった！

続けてみたらどうなるだろう？絶対細くなりそう！

早くこれで細くしたいけど、具体的にどうやって脚やせしたら良いんだろう？

<どんな魅力的な個別相談オファーをする？>

個別でみるとその人それぞれ身体の使い方の癖が違うので、あなたの歪みやねじれを特別にお伝えします。それを知ることで脚やせを加速する、歩き方、姿勢までかわる。

こんな機会滅多にないよ。「個別でアフターフォロー：内容は骨格診断」

がセミナー参加者の特典として付いていますので、一人づつスケジュールをお聞きしますので手帖やスケジュールのわかるものを持ってきて下さい。

くびれ脚の場合オファーが 2パターンあります

初期の人：とにかく個別に全員繋げたい

セミナーの一貫としてみなさま受けて頂いてますので、
ご遠慮なくどうぞ！

ある程度ふるいにかけたい：

有料化し、自分の脚のことをもっと知りたいかたは受けてね

↓↓↓

くびれ脚のセミナーはとにかく同業者の偵察目的の人が多い。
その人たちに自分の時間を使いたくない。
最初から講座を受ける気がない人にもふるいにかけたい。

応用編

公開アドバイスで個別相談申込率UP！

セミナー内のセルフケアやディスカッション中に
実際に個別相談するような
個々への指導や提案を全体の前ですること
(=公開アドバイス) によって

「個別相談を受けるとこんなアドバイスしてもらえるんだ！」
という擬似体験を参加者にしてもらうことができる。

これにより個別相談への申し込み率が高まります。

ワーク④

お客様がお客様を呼ぶサイクルを生み出す
有益なお客様の声をもらおう

ビジネスを継続していく上で大事なことは

「続けるほどに集客が楽になること」
です。

そのために必要不可欠なものが
未来のお客様を引き寄せてくれる
有益なお客様の声をもらうこと。

ワーク④ お客様の声として欲しい内容を書き出そう

セミナーの最後に「くびれ脚セルフケアをやってみての変化、気づき、感動、驚きなどお聞かせ頂けたらと思います」と聞く。下記お客様の声が出るように誘導しよう。

記入例：

きっかけ

結果

これからどうする

ワーク④

お客様の声として欲しい内容を書き出そう

セミナーの最後に「くびれ脚セルフケアをやってみての変化、気づき、感動、驚きなどお聞かせ頂けたらと思います」と聞く。下記お客様の声が出るように誘導しよう。

記入例：

きっかけ

- ・何（エステ、筋トレ、食事制限）をやっても脚やせが叶わなかったから
- ・疑心暗鬼だったけど本当にセルフケアで細くなるのかな？
- ・なんとかしてほしい。事例の人みたいになりたい！

結果

- ・優しく触るだけ細くなってびっくり！
- ・脚がポカポカになってお肌もツヤツヤになりました
- ・脚が軽いを実感できました。変化を実感できました。
- ・疑心暗鬼で参加しましたが、本当に自分の手だけ細くなり目から鱗の方法でした。

これから

- ・簡単なので続けていきます。
- ・続ければ細くなるだろうなと思えたので続けます。

応用編

満足度UPのチャンスをつかもう！

“1”番何にどれくらい悩んでいたのかを明確に知ることが事前にできていると

レビフォーアフターのコメントの時に相手の知りたかったことの答えを手渡せる。

→例えば「むくみでパンパンで夕方には歩くのも辛くて痛い」

という悩みなら、セルフケア後は

「むくみの解消法がわかりましたね。

このような状態が当たり前になればむくみ自体がなくなります。

今までの常識が吹っ飛びましたねー！」

と、悩み解消の確認をし満足度を高めることができる。

チェックしよう！

理想のお客様の声のチェックポイント

- ・ペルソナを意識したものになっているか?
└お客様の声通りの人ぐくる
- ・参加しやすい雰囲気が伝わるか?
└写真が楽しそう：顔出しなしでも手はピースで！
自分も最高に楽しそうな笑顔を忘れない！
- ・参加後の変化や感動が伝わるか？
- ・どんな人が参加するのか属性が分かるか?
└本気で悩んでいて今すぐどうにかしたいと思っている方に来てほしい。

未来のお客様を引き寄せる お客様の声の活用方法

私の場合
FB、インスタ、メルマガ=同じ内容

次の時にも満席セミナーアピールを続ける！

アメブロに掲載

[https://blog.ameba.jp/ucs/entry/
srventryupdateinput.do?id=12847467041](https://blog.ameba.jp/ucs/entry/srventryupdateinput.do?id=12847467041)



<https://www.facebook.com/kaori.fujii.756859/posts/pfbid02wRjUJHgz6F1BFS9hD8ggb8N84BiDrzaDG6aee9toYoqA6RTE63dfi9N4VbX2rezWI>



<https://www.facebook.com/kaori.fujii.756859/posts/pfbid0R1t66Ds9Rh1Be7oDqQ2vZVfVbuVaa hRC7Bpu6TPcMQ5zDHTa642f7zja1MS1KS5CI>

そして、名前も仕込みも変えなくても
毎月1回の募集で20人集まるヒットセミナー作りを目指す。

最後に・・

セミナーの主役はお客様

ここまで的内容を受けて、
ヒットセミナーを開催するイメージは湧きましたか？

最後に絶対に外してはいけないポイントを1つ。
「セミナーの主役はお客様」であること。

セミナー開催の軸がもし
「私はこれを伝えたい！」になっていたら
きっとお客様の心を掴むことはできません。

「お客様の体や心に”変化を起こす”」
「お客様に”感動”を与える」
というお客様主体になっていれば結果的にあなたの商品・サービスの良さは
伝わっていくはずです。

あなたのセミナーが成功することを心から祈っています。がんばって！