

	<p style="text-align: center;">セミナータイトル</p>
	<p style="text-align: center;">【オンライン開催可】【会場リアル開催可】</p>
	<p style="text-align: center;">YouTubeを活用したテレワーク営業革命 訪問不要・面会不要で集客・成約率・リピート率を倍増させる方法</p>
	<p>菅谷 信一（すがや しんいち） ネット戦略コンサルタント 一般社団法人日本動画マーケティング協会 代表理事 (株)アームズ・エディション代表取締役</p>
<p>■ 想定する対象者</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナの影響で訪問営業ができずに悩んでいる経営者・営業マン ・顧客離れに悩んでいる店舗経営者(飲食店・治療院・燃料販売、リフォーム会社など) ・即効性があり、時間とコストをかけずに簡単に実践できるネット集客を学びたい企業様 ・コストをかけない顧客の囲い込み法を確立したいと考えている企業営業担当者様 ・スマホ一台でクロージングを改善し成約率を向上させたい企業様 	
<p>■ コンセプト/メッセージ</p>	
<p style="text-align: center;">「訪問不要・面会不要。コロナ禍に負けない新時代のYouTube営業手法！」</p> <p>新型コロナウイルスの感染拡大は日本の生活様式へ大きな影響を与えました。それに伴い企業の営業活動でも顧客側から「訪問しないでほしい」などと、非対面でのコミュニケーションを求められるケースが増えています。</p> <p>社内のスタッフ同士のミーティングとは違い、見込み客や既存客とのコミュニケーションでは、ZOOMやチャットワークではカバーできない全く新しい手法が求められます。</p> <p>そこで注目されているのが「営業の3つの場面におけるYouTube活用」です。</p> <p>全世界で月間20億人の視聴者が利用しているYouTube。ですが、その大半は娯楽用の動画の閲覧にとどまっており、そのビジネス活用については日本の中小企業ではそのイメージすら湧いていないというのが現状です。</p> <p>営業活動の3つの場面である「集客」「クロージング」「顧客フォロー」の各場面について、具体的にどのようにYouTubeを活用すべきなのか、本セミナーでは豊富な実績をもとに解説します。</p> <p>「連日、YouTube経由での注文が届くようになった」(山形県酒田市のバイク販売店)、 「YouTubeで信頼関係を構築しながらスムーズに成約に結び付いた」(東京都豊島区の治療院)など実践者からの成果報告が講師のもとに続々と届いています。</p>	

■内容

はじめに

訪問不要・面会不要。お客様と会えない時代にどのように売り上げを伸ばす？
20億人が視聴するYouTubeを営業の3場面で活用する！

1. なぜネット先端中小企業は「YouTubeテレワーク戦略」を実践しているのか
 - ・ネット営業戦略の中心が他のSNSではなく、YouTubeになっている理由
 - ・ユーチューバーと「YouTube営業戦略活用」3つの違い
 - ・成功しているネット先端企業の取組みの全体像
 - ・非対面でもできる！YouTubeによる「集客」「クロージング」「顧客フォロー」
2. 「YouTube集客」の重要ポイントを理解して良質な見込み客を10倍にする
 - ・YouTube集客の成否を分ける重要なタイトル設定
 - ・タイトル設定の基本となるランチェスター経営戦略「専門特化一位づくり」
 - ・YouTube集客に必要な説明欄の効果的な設定方法
 - ・(演習)集客を10倍にする戦略的なキーワード策定
3. 「YouTubeクロージング」を有効活用して成約率を着実に2倍にする
 - ・強引なセールスや心理テクニックでは成約しない！新時代のクロージング思考法。
 - ・YouTubeクロージングで踏むべき戦略的な7ステップ
 - ・最も重要なYouTubeクロージング動画の一本目で送る内容
 - ・(演習)YouTubeクロージング戦略の第一ステップで必須のUSPを策定する
4. 「YouTube顧客フォロー」を非対面で実践しリピート率と紹介を飛躍させる
 - ・YouTube顧客フォローの目的と効果を理解する
 - ・顧客満足度を向上させる具体的なステップ
 - ・リピート率と紹介率を向上させるために不可欠な送信動画コンテンツ
 - ・多角的に効果絶大のマニュアル動画の活用とは
5. 「YouTubeテレワーク戦略」で大成功している実践経営者の事例
 - ・成約率89%、年商11倍になった家族3人で経営する激戦区川越市の不動産会社
きづな住宅(株) 川島大さん (埼玉県川越市)
 - ・YouTube動画投稿翌日には100万円超のバイクが続々成約し年商6倍に
(株)CARRY 鈴木貴大さん(山形県酒田市)
 - ・インバウンドをYouTube戦略で飛躍的に伸ばし売上2倍にした観光貸衣装店
ギャラリーM.a.k 真柄周二さん(北海道函館市)
 - ・信頼構築型の個別YouTubeを送信し前年対比120%を安定して継続中
目白接骨院 岡野達徳さん(東京都豊島区)

■ 受講者の声（一部抜粋）

2時間があったと言う間に過ぎてしまいました。ただ話を聞くだけではなく、演習もあり、関心をもって受講することが出来ました。会社に帰りましたら、他のスタッフにも伝え、早速実践していこうと思います。(自動車学校・20代女性)

「一位になっている切り口はあるか？」について真剣に考えさせられました。ランチェスター戦略はよく耳にしていたのですが、商品・エリア・客層を絞り込まないと、ネット戦略でも命取りになることに気づきました。Facebook依存のネット戦略だったことも反省しました。(写真スタジオ・30代男性)

頭痛がする中、セミナーに参加しましたが、先生の声の大きさに目が覚めたように治りました。良い出会いを頂きまして感謝しています。(技術開発・50代女性)

自社の一番は何か？」を考える手順が参考になりました。そのコアな部分を明確にすることで、ネット戦略で何をすべきかが明らかになりました。最初から最後までセミナー内容が一本筋が通っており、「ためになった」で終わるのではなく、「明日からやってみよう」と持ち帰れる内容でした。(行政書士・40代男性)

熱い講演、ありがとうございます。人をひきつける話術、テンポ、ジェスチャー、声のトーン、笑顔、最高です。平日は講師をしていますので、いろいろな点で勉強になりました。(塾講師・30代女性)

キーワードを考えたことはあったのですが、再度、自社内でネット戦略を考え直してみようというキッカケになりました。感動しました。(司法書士・30代男性)

■ 実績

・ブリヂストンタイヤジャパン(株) ・(株)帝国データバンク ・(株)日立ライフ ・コスモ石油マーケティング(株) ・伊藤忠エネクス(株) ・香川銀行 ・阿波銀行 ・一関信用金庫 ・ちばぎん総合研究所 ・全国板金工業組合 ・武蔵野商工会議所(東京都) ・藤枝商工会議所(静岡県) ・伊東商工会議所(静岡県) ・掛川商工会議所(静岡県) ・沼津商工会議所(静岡県) ・酒田商工会議所(山形県) ・竹原商工会議所(広島県) ・和歌山商工会議所(和歌山県) ・田辺商工会議所(和歌山県) ・宮津商工会議所(京都府) ・鹿児島商工会議所(鹿児島県) ・いちき串木野商工会議所(鹿児島県) ・(財)かごしま産業支援センター(鹿児島県) ・新潟商工会議所(新潟県) ・上越商工会議所(新潟県) ・福島法人会(福島県) ・習志野商工会議所(千葉県) ・柏商工会議所(千葉県) ・渋川商工会議所(群馬県) ・茅野商工会議所(長野県) ・彦根商工会議所(滋賀県) ・千葉県産業振興センター(千葉県) ・水戸商工会議所(茨城県) ・日立商工会議所(茨城県) ・土浦商工会議所(茨城県) ・(財)滋賀県産業支援プラザ ・社団法人いばらきニュービジネス協議会 ・茨城商業教育研究会 ・茨城県水戸地区校長会

ほか通算 480件