

	<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;">スマホ一台・無料でできる！</p> <p style="text-align: center;">YouTube動画で売上を劇的に伸ばす方法</p>
	<p>菅谷 信一（すがや しんいち）</p> <p>YouTube集客専門コンサルタント (株)アームズ・エディション代表取締役 一般社団法人日本動画マーケティング協会 代表理事</p>
<p>■ 想定する対象者</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・ネット集客に取り組んでいるが、注文が減少し打開策を必要としている企業経営者様 ・自社商品サービスを国内外に広くアピールし、地元以外の売上を拡大したい企業様 ・コストをかけない集客法を確立したいと考えている企業営業担当者様 ・スマホユーザーの若年層・女性に対して効果的な情報発信をしたい企業・店舗様 ・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 	
<p>■ コンセプト／メッセージ</p>	
<p style="text-align: center;">「YouTube動画を使って、どうせいコロナ禍に負けない強靱な経営体質を作る！」</p> <p>現在最もインターネットにおいて訴求力の高いツールである「YouTube動画」を活用して、国内外から売上を獲得している中小企業事例が生まれています。</p> <p>元気を無くしている地方においても、積極果敢に効果的な情報発信することで、地元以外からの売上(外貨)を稼ぐことが可能であることが証明されています。</p> <p>私は「短期間に・コストゼロで・誰でも簡単に出来る」手法として、YouTube動画の活用の啓蒙に長年取り組んできました。そして、スマートフォンの普及とともに、指導先企業で大きな成果を出す企業が続出してきました。</p> <p>意欲のある受講者はさっそく講座の内容を実践にうつし、 「早速実践して、問い合わせが得られた！」 「今までのネット戦略では得られなかった成果を実感している！」 との感想を頂いています。</p> <p>Facebook、twitterなど「流行りモノの解説」のセミナーでは、中小企業を助けることはできません。実証済みで実効性の高いツールを用いて、なおかつ成功事例をふんだんに紹介しながらのネット・セミナーが求められているはずです。</p> <p>本セミナー企画は、そうした中小企業の期待に応えられるセミナー企画となります。</p>	

■内容

はじめに

御社のネット営業は「江戸時代」？

YouTubeだけで8億稼いだ社長、スマホ時代に乗り遅れて倒産した社長

1. 稼げるソーシャルメディアを「知る」

- Google検索に反映されるメディアと反映されないメディア
- Facebookは新規顧客獲得ツールではなく、既存客維持ツール
- YouTubeが稼げるツールなのは、Googleが検索順位で優遇している
- YouTubeと連動させた複数ブログは、戦略的なタイトルで運用する

2. YouTubeの反応を10倍にするために、自社が選ばれる理由を「作る」

- 同一エリアで競争に負けないコンセプトを作りYouTube露出を問合せにつなげる。
- (演習)シンプルな7つの質問を通して、自社が選ばれる理由・コンセプトを策定
- (グループ発表・代表発表) 受講者が策定したコンセプトと講師からの改善提案
- USP構築で売上激増した地方のガス販売店(茨城県・株式会社フカソー)

3. YouTubeで自社の売り・強みを「広げる」

- 月間80本ペースでYouTube大量投稿し、継続的にネット上の露出を拡大する
- 自社にとり相性の良い撮影題材を3つ選定する。
- YouTube戦略の肝である「タイトル」には、商品・地域・客層キーワードを入れる。
- YouTube動画下部の説明文欄には連絡先・URLを記載
- YouTubeからリンクする自社サイトにUSPを打ち出す
- 「Jimdo」を活用して、スマホ対応のサイトを複数開設
- 戦略的なキーワードを探す3つの視点「商品分解型」「地域分解型」「商品周辺型」
- ヤフー知恵袋を活用して、自社にとって効果的なキーワードを選定

4. 大成功しているYouTube実践経営者の事例から「盗む」

- 一年の売上の9割をYouTubeで受注するガラス補修会社
HI-LINE22(株) 平井宏治さん
- 年間売上1000万円の塗料をYouTubeで海外に8000万円販売した塗料メーカー
(株)スケッチ 高堰督裕さん
- お客様を味方につけた動画撮影で売上12倍になった静岡の整体院
ふじえだ整体 近藤諭さん
- 成約率89%、年商11倍になった家族3人で経営する川越市の不動産会社
きづな住宅(株) 川島大さん
- 3つの現場で現場監督に撮影投稿させ3年で年商6倍になった建築板金業
(株)MURATA 村田豊さん

■ 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 350件