



セミナータイトル

## YouTubeショート動画で売上を劇的に伸ばす方法

インフレ・物価高時代を勝ち抜く強靱な営業体質をコストゼロで実現する

菅谷 信一（すがや しんいち）

ネット戦略コンサルタント

(株)アームズ・エディション代表取締役

### ■ 想定する対象者

- ・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

### ■ コンセプト／メッセージ

**「YouTube短編ショート動画を使って、インフレに負けない強靱な経営体質を作る！」**

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ショート動画」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。

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。

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短編ショート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。

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。

「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。

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。

はじめに

60秒以下の短編ショート動画の時代に中小企業はどのように活用するのか？  
20億人が視聴するYouTubeショート動画を営業の3場面で活用する！

1. なぜネット先端中小企業は「YouTubeショート動画戦略」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
  - ・ユーザーと「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ショート動画戦略」で大成功している実践経営者の事例
  - ・YouTube動画投稿2万本で業績倍増した仏壇店  
(有)輪島漆器仏壇店 永田幸喜さん (熊本県熊本市)
  - ・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)
  - ・金型の設計製作で業績1.7倍。高額案件も直接受注する営業を実現  
(有)誉工業所(長野県上田市)
  - ・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時間があつ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