



特別企画

セミナープロデューズ専門家が教える 今日から使える セミナー集客術

独立系FPの人や金融機関の営業店職員がセミナーを開催する際、必ず頭を悩ませる「集客」。本稿では、700件のセミナーに5000名以上の参加者を集めてきた専門家が、すぐに取り入れやすい方法を紹介する。

東橋 達矢 (株)LEJEND PROJECT 代表取締役

はじめまして、こんにちは。二刀流型セミナービジネスプロデューサー／自動集客構築アドバイザーの東橋達矢です。

皆さんがセミナーを開催する際、集客に悩むことはありませんか。筆者は仕事柄、セミナー主催者やセミナー講師に接する機会が多いのですが、「セミナーの集客に悩んでいる」「このように集客しているのですか?」という相談をよく受けます。

筆者は、全国的にも「集客が難しい」と言われる名古屋において、今までに700件以上のセミナーを主催し、延べ5000名以上の方々にお越しいただきました(2018年7月1日時点)。そこで今回は、今まで行ってきたセミナー集客の手法の中から、特に本誌読者の皆さんに活用していただけそうな左記の四つに絞って紹介します。

1. セミナーポータルサイト
2. フェイスブックイベント
3. チラシ
4. セミナー参加

どんな悩みが解決できるかを
伝えて共感を得る

1. セミナーポータルサイト

聞き慣れないかもしれませんがポータルサイトという言葉は知っていると思います。あるジャンルの情報はかりが掲載されているサイトのことです。例えば、飲食店を探すときに「ホットペッパー」「ぐるなび」「食べログ」などを使ったことがあるのではないのでしょうか。実はセミナーにもこうしたサイトが存在するのです。ここでは、筆者がよく利用する「セミナー情報.COM」を例に、活用方法を解説していきます。

まず、サイトを開くとホーム画面が出てきます(84ページ1枚目の画像)。左側に「セミナー検索」という欄があり、開催地や開催日、分野などで検索ができます。試しに、「開催地:愛知」「開催日:8月4日~8月11日」「参加費:有料」「カテゴリ:マーケティング」という条件で検索したのが、画像2枚目の画面です。

皆さんのセミナーも、登録すればこうし



●セミナーポータルサイトのホーム画面。ここから様々なセミナーを探せる(セミナー情報.COMより)



●セミナーポータルサイトでセミナーを検索した結果(セミナー情報.COMより)

て表示されるわけです。では、どうしたらページを見てもらいやすくなるのか、項目ごとに解説します。

○セミナータイトル

検索時点では、セミナー内容がわかりそうな情報はセミナータイトルしかありません。どのような内容なのかがある程度わかるもので、かつ興味を惹くキーワードを盛り込む必要があります。

○詳細ページ

セミナータイトルをクリックすると、詳細ページが出てきます。画像が入られるので、必ずセミナー風景などの画像を入れましょう。臨場感が演出できます。その下には「このセミナーで学べること」というスペースがありますが、ここに何を書くかはとても重要です。いくつか盛り込むべきポイントがあります。

・開催理由

主催者や講師の想いです。この部分で参加見込者の共感を得られると、申し込んでもらえる確率が高まります。

・どんな悩みを解決できるのか?

人は、なぜセミナーに参加するのでしょ