

WEBセミナー 集客対策会議

第1回：ファンづくり

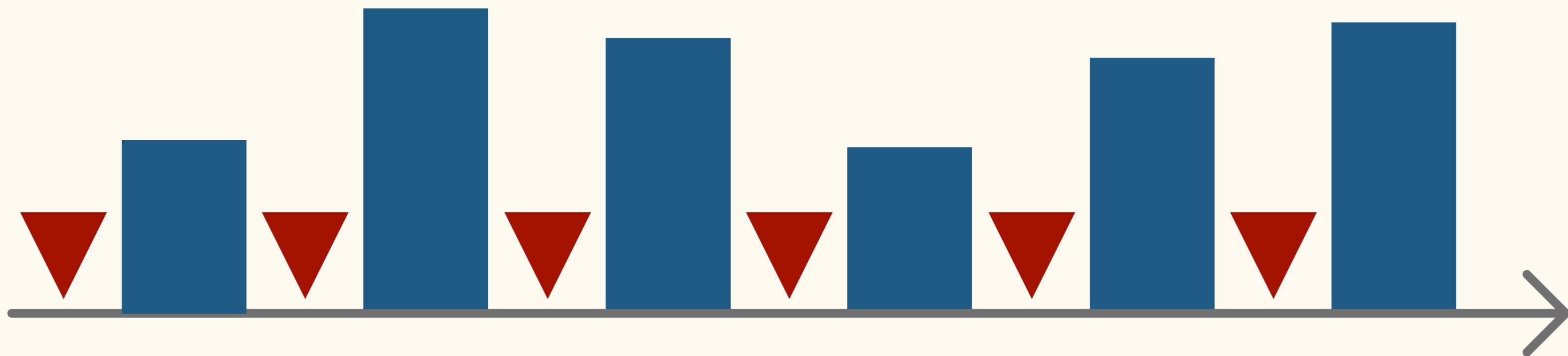
今回のテーマ



ファンづくり

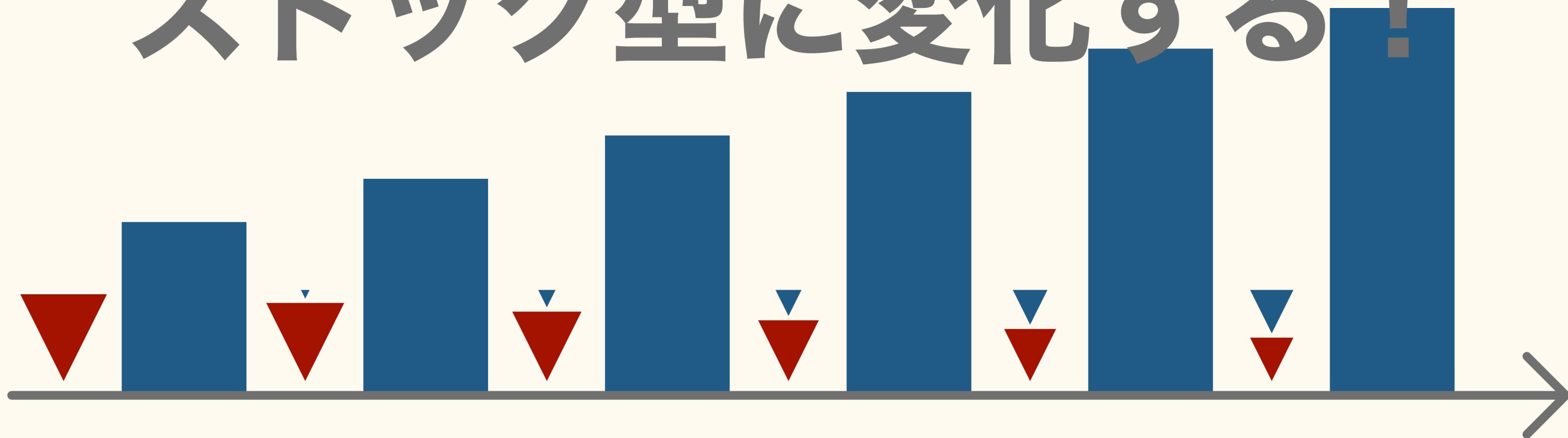
なぜ“ファンづくり”なのか？

セミナー業＝フロンティア型

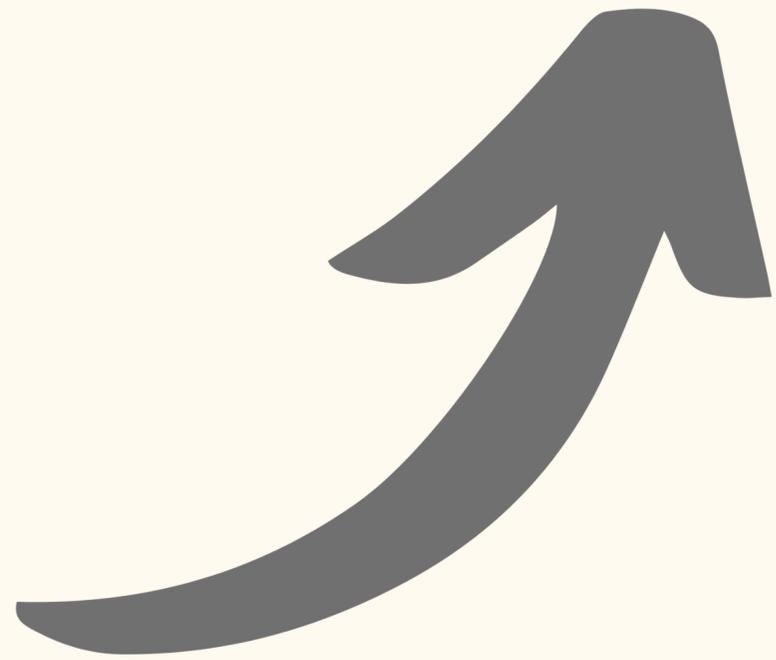


なぜ“ファンづくり”なのか？

ファンづくりによって…
ストック型に変化する！



これから時代の变化



コンテンツ



ターゲット

XPERTの今後

XPERT

主催者用管理画面へ

マイページ

ホーム セミナー オンラインセミナー コミュニティ コラム

ホーム > オンラインセミナー > オンラインセミナーの詳細

初めての方へ オンラインセミナー開設したい方へ

【主催者様向け】WEBセミナー集客対策会議(セミナーサポート付き)



【主催者様向け】WEBセミナー集客対策会議
(セミナーサポート付き)

03.13 (土) 20:00-21:00

10,000 円

参加する

Googleカレンダーに登録

このオンラインセミナーの内容

【概要】

- ・セミナーやイベントの作り方
- ・開催までの流れ
- ・開催中の工夫

もっと見る ▼

コース概要 ▼ オンラインセミナーリスト ▼ 関連オンラインセミナー ▼

コース概要 | 講師



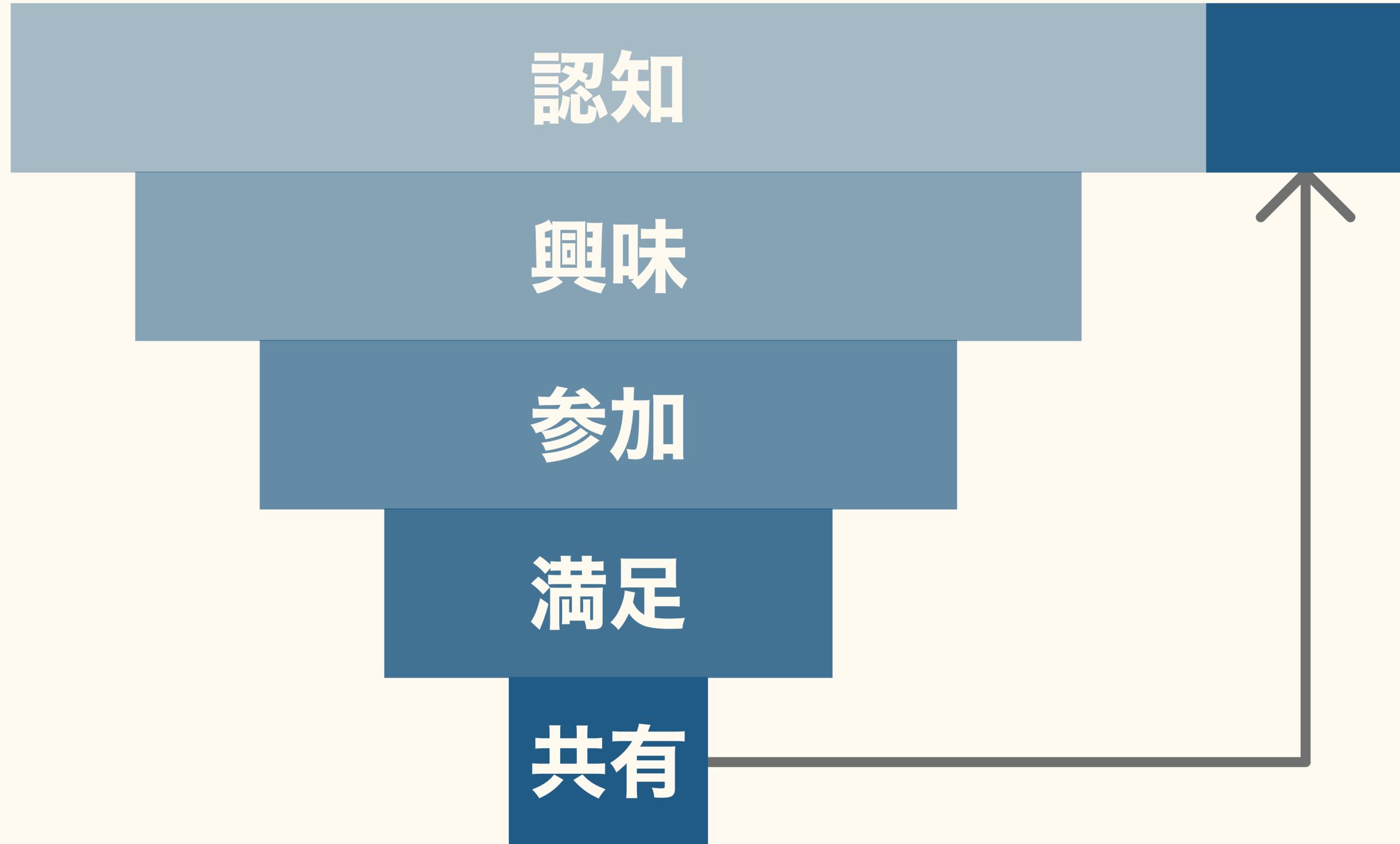
応援してくれるファン

WEBセミナー 集客対策会議

セミナーのつくり方

集客の仕組みを考えてみよう

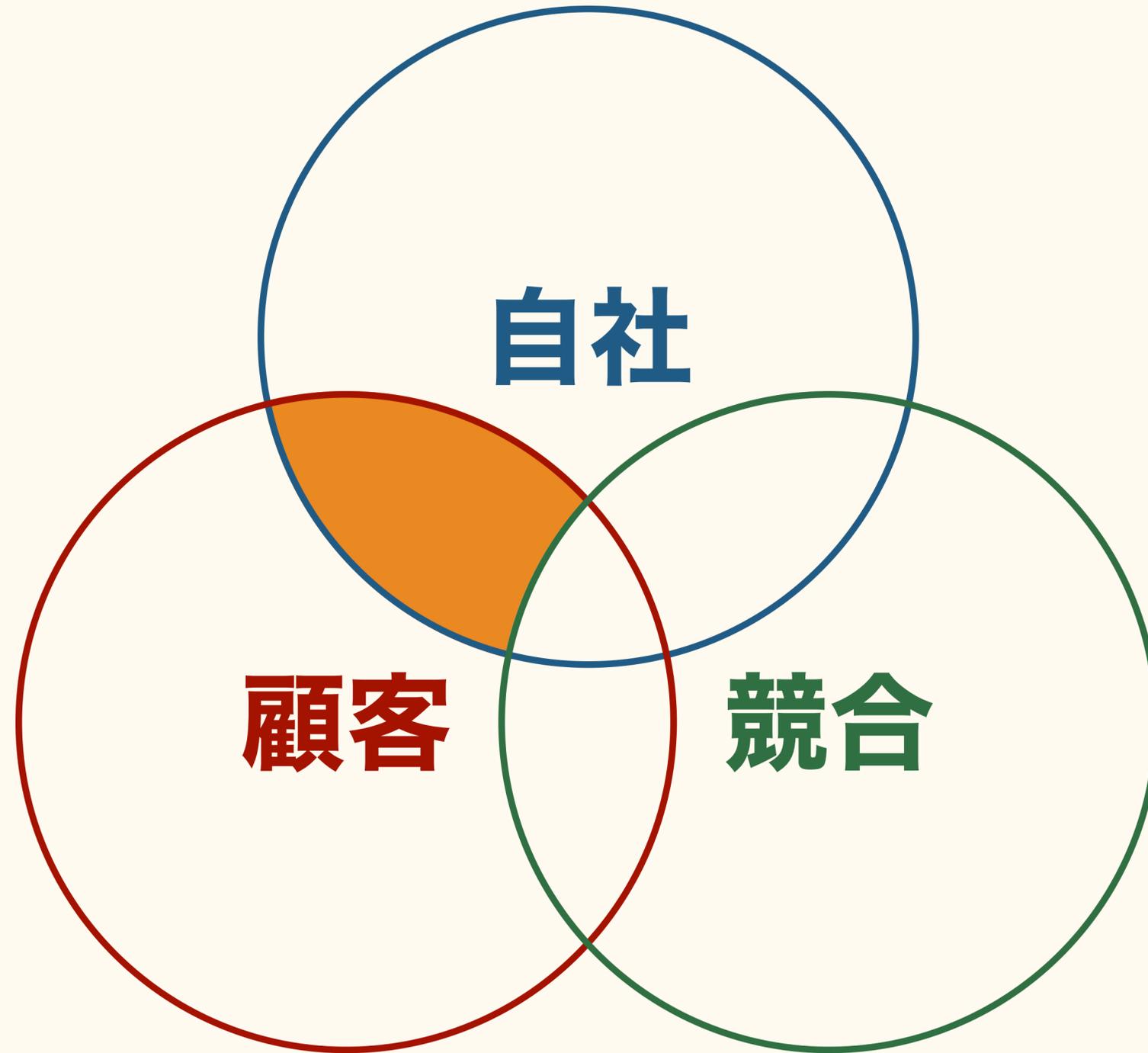
ターゲットの行動



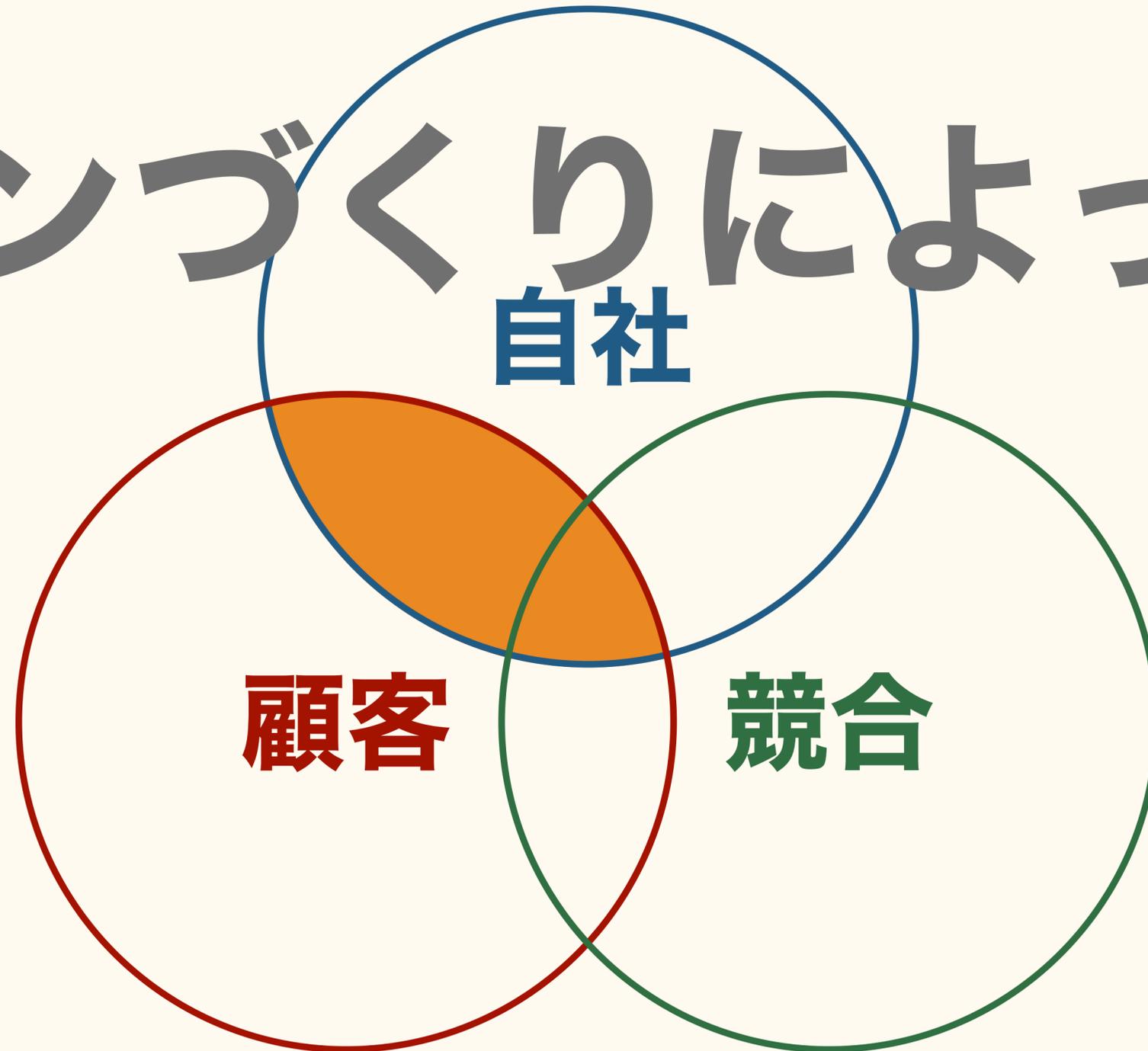


セミナーの企画と構成

セミナーの企画



ファンづくりによって...



どうやって構成をつくってめますか？

セミナーづくりのポイントは

「おしり」と「期待値」

セミナーづくりのポイント

おしり

セミナーづくりのポイント「おしり」

結論から構成していく

セミナーづくりのポイント 「おしり」

参加者の方にどうなってもらいたいのか

そのために何を伝えるべきか

セミナーのつくり方

起承転結

PREP法

起承転結

起：課題や悩みを再認識させる

承：課題や悩みの原因や背景を明確にする

転：課題や悩みの解決法を具体的に伝える

結：解決したら何が得られるのかを伝える

PREP法

Point：要点・結論・主張

Reason：理由

Example：事例・データ・状況

Point：要点・結論・主張

セミナーづくりのポイント

期待値

セミナーづくりのポイント

価値 = セミナーの質 - 参加者の期待値

セミナーづくりのポイント

対象と対象外を明確にする

セミナーづくりのポイント

何を伝えるかを明確にし

それを超える質を提供する

ファンと出会うために

未来価値

情緒価値

機能価値

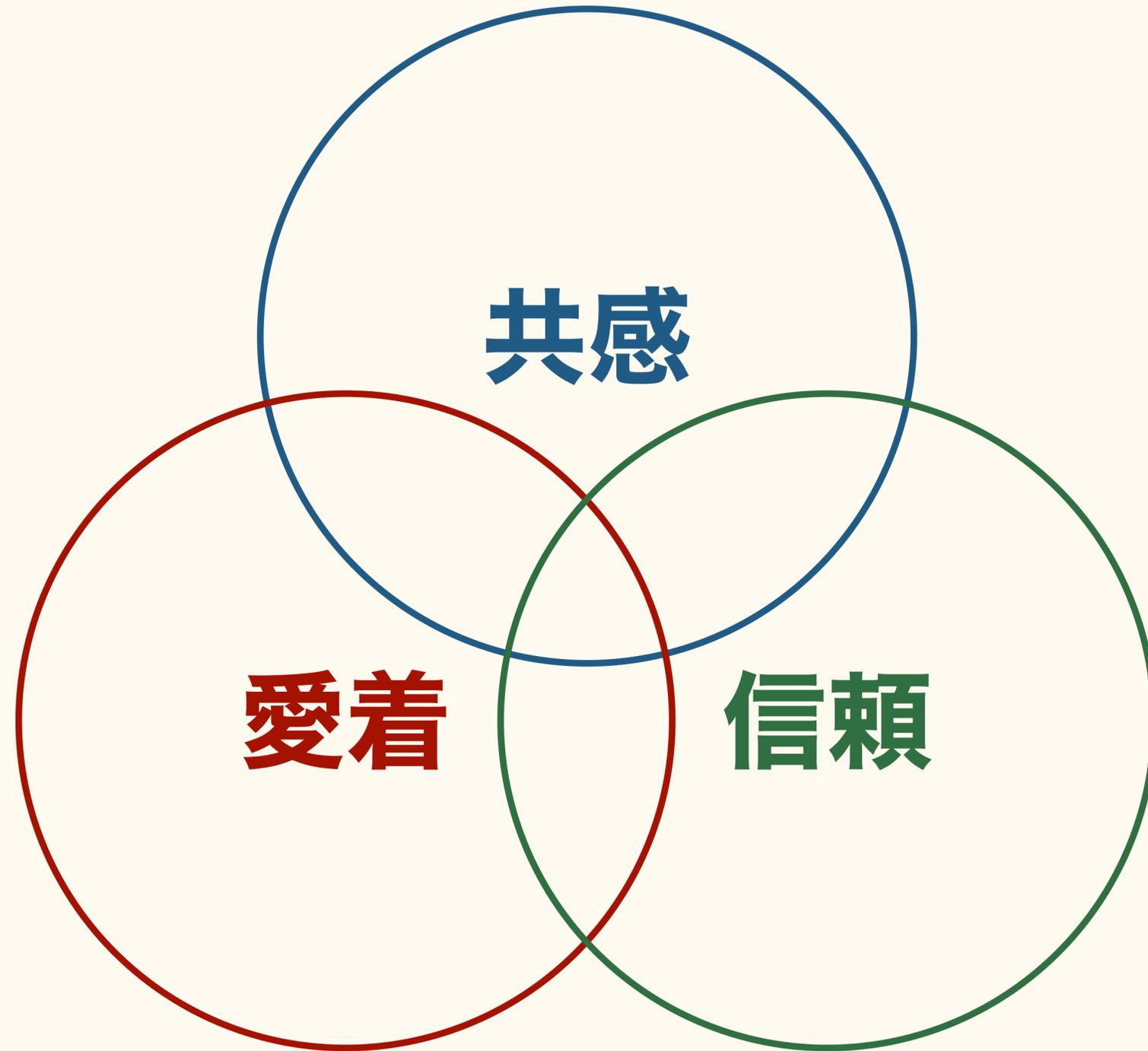
ファンと出会うために

未来価値

情緒価値

機能価値

情緒價值



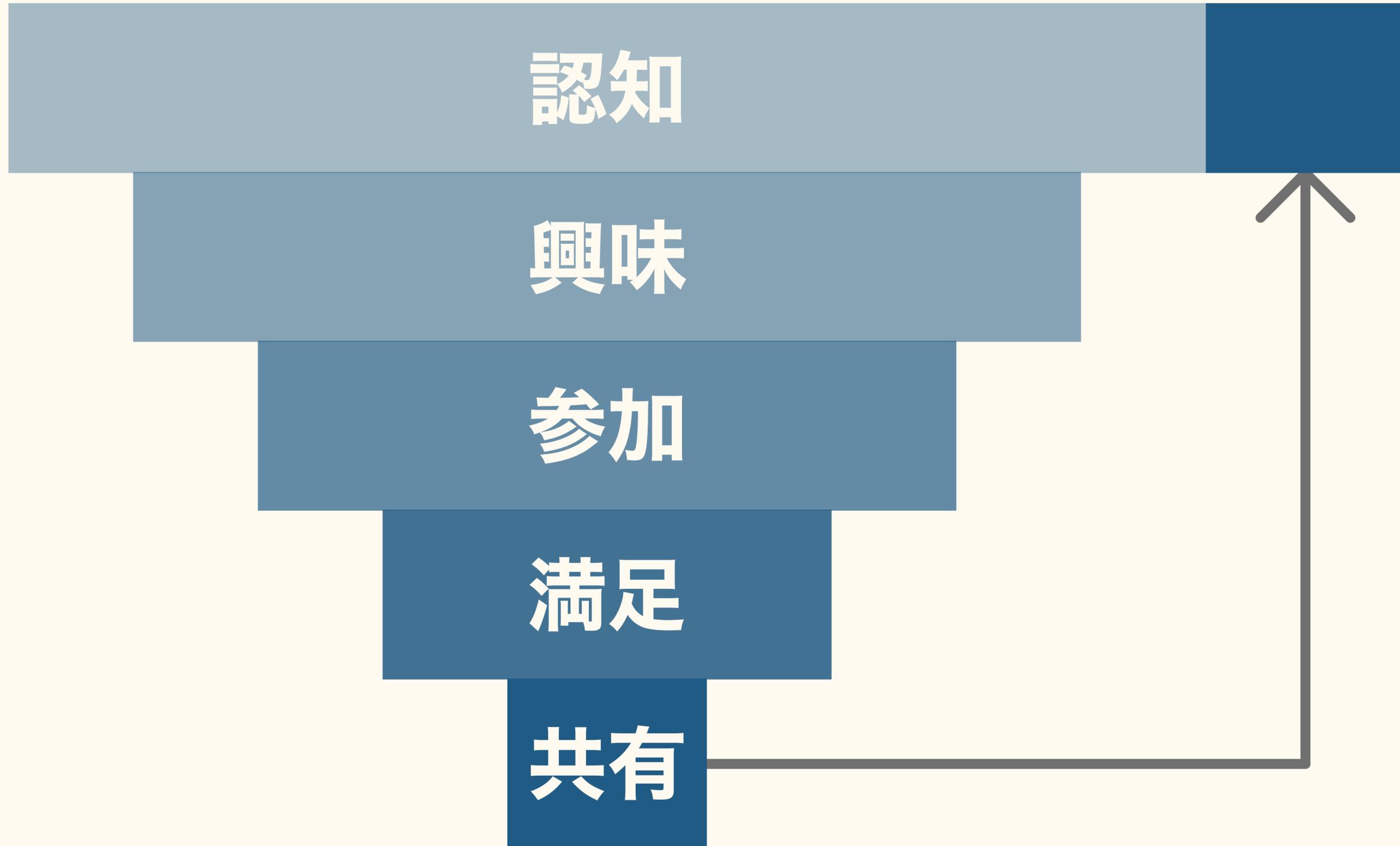
セミナーの企画と構成

- ・市場を抑えている
- ・独自性がある
- ・プログラムがいい
- ・流れ・進め方がいい
- ・納得感や気づきがある
- ・具体的で実践可能である
- ・実績・信ぴょう性がある
- ・体験できる
- ・資料・ツールがいい



良いセミナーができた！

ターゲットの行動



ターゲットの行動

認知

興味

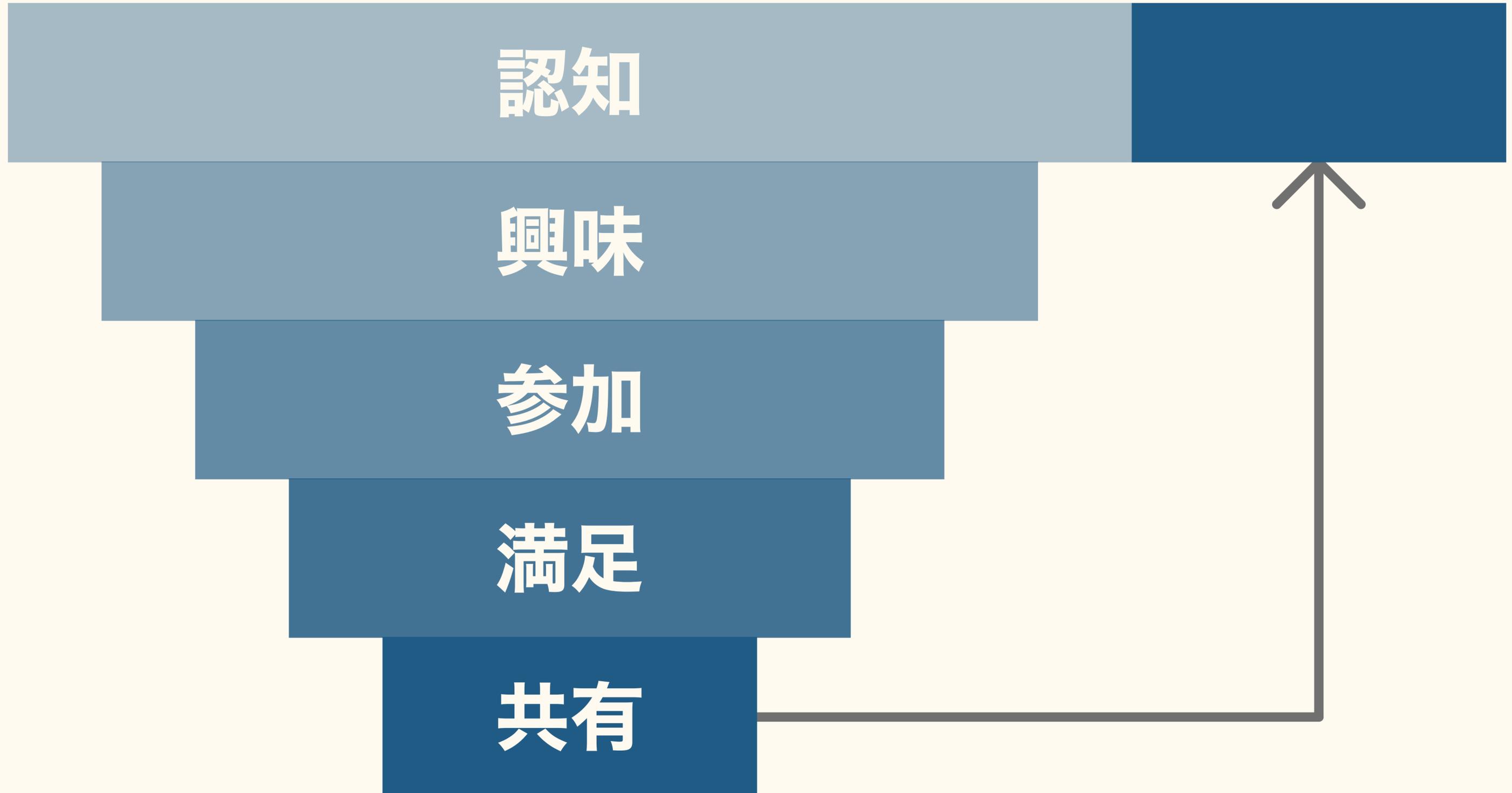
良いセミナーが作れたら…

満足

共有



ターゲットの行動



ターゲットの行動

認知

興味

ここから集客を考えよう！

満足

共有



どんなに良いコンテンツも顧客に届かなければ

ただのゴミ！

WEBセミナー 集客対策会議

集客の成功例と失敗例

権威・知名度

権威・知名度



コラム連動

集客の成功例と失敗例

暦上の年齢でなく、生理学的年齢でグルーピングをする「バイオバンディング」

2021.03.13 | ★0

#スポーツ医科学, #理学療法士, #トレーナー, #ストレンクス・コンディショニングコーチ



中山佑介
TMG athletics 代表

3月の最終週か誕生日の著者は、幼少期の背の順はいつも前の方。バスケットボールに夢中だった高校生時代は、4月上旬か誕生日かつ早熟なチームメイトとのポジション争いに勝つことができず悔しい思いをしました。同じような経験がある人や、そんな子どもを持つ親・保護者もいらっしゃると思います。今回のコラムは、そんな“不平等”に対するアプローチとして実際に導入もされている「バイオバンディング」を紹介します。

目次

1. [暦年齢によるグルーピングが生み出す“不平等”](#)
2. [バイオバンディングとは](#)
3. [バイオバンディングで用いられる基準](#)
4. [PHV \(Peak Height Velocity, 最大発育速度\) とバイオバンディング](#)
5. [予測成人身長求め方](#)
6. [バイオバンディングによるサッカートーナメントと参加者のフィードバック](#)
7. [暦年齢と才能・タレント発掘の組み合わせによる穴](#)
8. [ハイブリッドアプローチのすすめ](#)

暦年齢によるグルーピングが生み出す“不平等”

海外の医療における意思決定支援ツールの効果

2021.03.08 | ★0

#医師, #理学療法士, #作業療法士, #言語聴覚士, #看護師



竹林崇
大阪府立大学 教授

前回のコラムでは、根拠に基づく医療 (Evidence based medicine; EBM) の広がり背景にした、患者と医療者の意思決定共有 (Shared decision making; SDM) や意思決定支援の重要性について解説した。今回、意思決定支援を代表するツール、Decision Aids (DA) の研究とその効果について、海外の取り組みを中心に解説する。

目次

1. [開発の背景](#)
2. [DA研究の概観](#)
3. [DAの効果](#)
4. [疾患別DAの例](#)
5. [リハビリテーション領域におけるDA](#)

開発の背景

医療における患者の意思決定は、歴史的にみるとまず、唯一医学的情報を有する医師が絶対的な決定権をもち、患者に代わって治療法の決定を行う「父権主義 (パターナリズム)」が根強く存在していた。続いて1970年代ごろから、医療に関する決定をするのは情報を得た患者自身であるという考え方が浸透し、近年では「インフォームドコンセントモデル」「シェアードディジションメイキングモデル」が広

コラムを書くことで市場調査が可能

集客の成功例と失敗例

コラム = セミナー

歴上の年齢でなく、生理学的年齢でグルーピングをする「バイオバンディング」
2021.03.13 | ★0
#スポーツ医科学, #理学療法士, #トレーナー, #ストレンクス・コンディショニングコーチ

中山佑介
TMG athletics 代表

3月の最終週か誕生日の著者は、幼少期の背の順はいつも前の方。バスケットボールに夢中だった高校生時代は、4月上旬か誕生日かつ早熟なチームメイトとのポジション争いに勝つことができず悔しい思いをしました。同じような経験がある人や、そんな子どもを持つ親・保護者もいらっしやると思いました。今回は、そんな“不平等”に対するアプローチとして実際に導入している「バイオバンディング」をご紹介します。

目次

1. 歴上の年齢によるグルーピングがもたらす“不平等”
2. バイオバンディングとは
3. バイオバンディングで測られる基準
4. PHV (Peak Height Velocity, 最大発育速度) とバイオバンディング
5. 予測成人身長求め方
6. バイオバンディングによるサッカートーナメントと参加者のフィードバック
7. 歴年齢と才能・タレント発掘の組み合わせによる穴
8. ハイブリッドアプローチのすすめ

歴年齢によるグルーピングが生み出す“不平等”

海外の医療における意思決定支援ツールの効果
2021.03.08 | ★0
#医師, #理学療法士, #作業療法士, #言語聴覚士, #看護師

竹林崇
大阪府立大学 教授

前回のコラムでは、根拠に基づく医療 (Evidence based medicine; EBM) の広がりを背景にした、患者と医療者の意思決定共有 (Shared decision making; SDM) や意思決定支援の重要性について解説した。今回、意思決定支援を代表するツール、Decision Aids (DA) の研究とその効果について、海外の取り組みを中心に解説する。

開発の背景

医療における患者の意思決定は、歴的にみるとまず、唯一医学的情報を有する医師が絶対的な決定権をもち、患者に代わって治療法の決定を行う「父権主義 (パターナリズム)」が根強く存在していた。続いて1970年代ごろから、医療に関する決定をするのは情報を得た患者自身であるという考え方が浸透し、近年では「インフォームドコンセントモデル」「シェアードディジションメイキングモデル」が広

コラムを書くことで市場調査が可能

コンテンツツツ公開

集客の成功例と失敗例

Twitter

Instagram

Facebook

YouTube

集客の成功例と失敗例

Twitter

Instagram

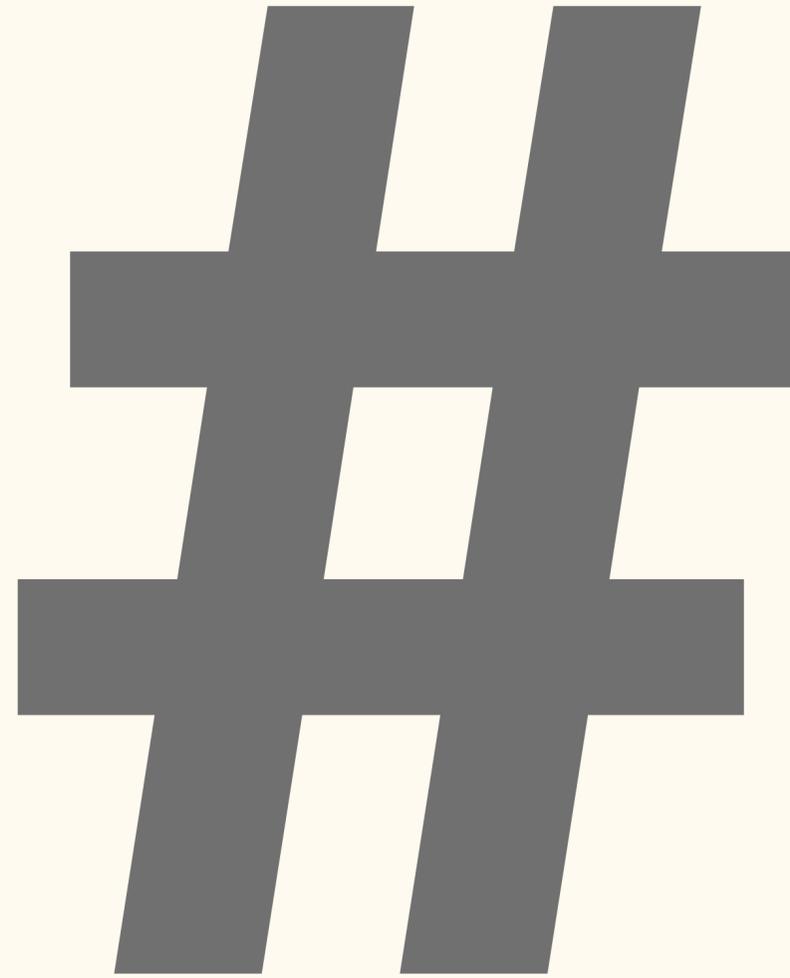
ターゲットに合わせた選択

Facebook

YouTube

SNS拡散

集客の成功例と失敗例



拡散するメリットを設計



いかにファンをつくるか

ファンは一緒にコンテンツを育ててくれる仲間

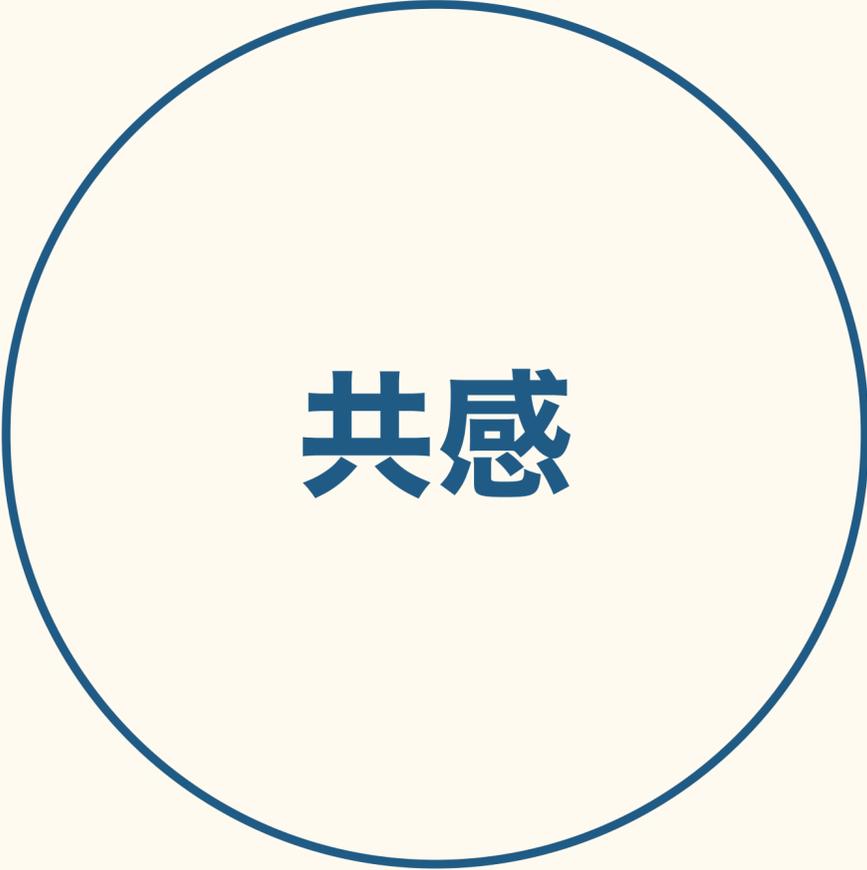
WEBセミナー 集客対策会議

ファンづくりのポイント



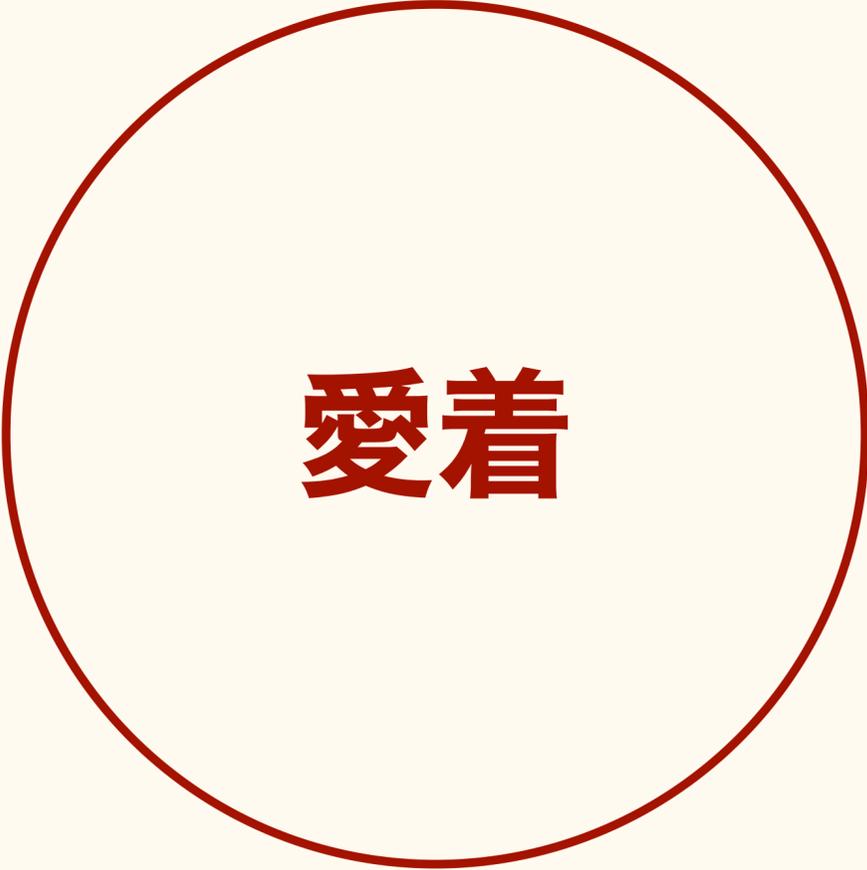
ファンを大切にし、ファンをベースにして、
中長期的に売上や事業価値を高める考え方
≠ テクニク

ファンベースという考え方



共感

- ①ファンの言葉を傾聴し、フォーカスする
- ②ファンであることに自信をもってもらう
- ③ファンを喜ばせる



愛着

- ①ストーリーやドラマをまとわせる
- ②ファンとの接点を大切にし、改善する
- ③ファンが参加できる場を増やし、
活気づける



信頼

- ①それは誠実なやり方か？自分に問いかける
- ②本業を細部まで見せ、丁寧に紹介する
- ③従業員の信頼を大切にし、最強のファンにする

ファンと出会うために

未来価値

情緒価値

機能価値

どんな未来をつくりたいのか

貢献

変革

×希望

ぜひファンと一緒に

未来を創っていきましょう！