

営業

これさえあれば大丈夫！
オンラインセミナーの集客方法

集客をはじめる前にすべきこと	P2
集客において必ずやるべきこと	P3
費用があればやりたいこと	P4
アイセールスでの事例	P5

必ず目標を決める

何事もそうです。まずは簡単にでもいいので、目標を設定してください。目標がなければ、施策も決まりませんし、今後改善されることもありません。目標、つまりは一つの評価指標を作ること、毎度ブラッシュアップできる状態にしましょう。おすすめは、

- ・ 定量目標（参加者数/商談化数...etc）
 - ・ 定性目標（イベント参加者の参加後の状態/登壇者の成長目標...etc）
- の、2つを決めることです。

定期開催をする

派手で大きなイベントも大事ですが、それと同じくらい定期開催のイベントは重要です。オンラインでのイベントは、場所代を含めた準備費用が一切発生しません。そのため、スケジュールに縛られずいつでも開催することができます。ご自身が可能な範囲で、定期開催をし見込み客がいつでも参加できるように門を開いておきましょう。

参加者が1人でも開催する

参加者が1人の方が、逆に嬉しかったりします。なぜなら、その見込み客と1対1で話せるからです。そのため、弊社ではオンラインセミナーを行う際は、ウェビナーモードではなく、ミーティングの用で行いお顔を出した参加を促しております。見込み客は課題があるために、セミナーに参加している訳です。その時間をたっぷりその1名の方のためだけに使うことで信頼度も高まり、受注の角度がぐんと上がります。

イベントのテーマやターゲットによって、**最適な集客方法は変わります。**
こちらはあくまでも参考までにチーム内で話し合ってみてください。

- ランディングページの作成 : SNSやメルマガで送付した際にお申し込みができるようページを作成。
- Facebookイベントページの作成 : 自社の公式アカウントでページを作成しイベントへの招待を送る。
- Peatixでイベントページ作成 : Peatixにイベントを掲載することで460万人以上の方に告知が可能。
- 既存リストへメルマガでの告知 : 見込み顧客へメール配信で告知、タイトルが過剰にならない様に注意。
- 普段のインサイドセールスで誘導 : 普段の営業活動で少しでもニーズがありそうであればセミナーの案内。
- 社内SNS等で告知 : Facebook、Twitter等の告知を行い認知を広げる。
- 社内告知（紹介を促す） : 案外見逃しがちな社内告知。社内に伝え紹介を促すだけでも効果あり。
- 参加申込者へ電話（紹介を促す） : 参加申込みをした方に、当日の案内やの課題のヒアリングと同時に紹介を促す。
- 自社サイトのTOPに掲載 : 自社サイトに訪問してくださる方が一番目につく位置にバナーなどを配置する。
- タイトルのブラッシュアップ : そもそも集まりが悪い場合はタイトルや内容を見直す必要もある。

もし予算や時間が多く取れる場合は、広告やDM（ダイレクトメッセージ）など、まずはできることを**抜け漏れなく洗い出してみることが大事**です。

- プレスリリース : PRtimesや@pressを活用しプレスリリースで告知。SNSとの併用が有効。
- Facebook広告 : Facebook広告をうつことで集客を促す。ターゲットは絞る方が良い。
- Twitter広告 : Twitter広告をうつことで集客を促す。ターゲットがTwitterにいるかは検討。
- リスティング広告 : リスティング広告をうつことで集客を促す。
- DM（ダイレクトメッセージ） : 広告やWeb、SNSで届かない見込み客にはDMが有効。
- 他企業とコラボができないか検討する : 他社と組むことで、メルマガを配信してもらえたりなど相互集客が可能になる。
- 自社の代理店に集客のお願いをする : ランディングページ作成と同時に関係各社へ集客のお願いをする。

事例①：オンラインセミナーの始め方ウェビナー



参加者数：130人

開催日時：隔週火曜/木曜

開催モデル：自社開催

集客期間：的開催のため毎日集客

集客施策：PRtimesでプレスリリース配信

上記リリースをSNS（Facebook）で拡散
自社セミナーページ掲載/社内告知

所感

新型コロナウイルスの関係で世の中的な関心度合いは非常に高かったこともあり、プレスリリースとFacebook投稿のみでこれだけの集客数が行えた。タイトルも初心者向けのものとして、オレンジを基調に暖かみをだすことで目に留まったと考える。

事例②：デジタル営業完全網羅セミナー



最新の助成金の活用方法も紹介
最短のDXが可能に

デジタル営業 完全網羅

オンラインセミナー

2020.12.7 MON
🕒 15:00~16:30

住信SBIネット銀行 Marketing-Robotics
RevComm PR TIMES WriteUp!

参加者数：132人

開催日時：2020年12月7日（月）15:00-16:30

開催モデル：4社共催

集客期間：約3週間

集客施策：PRtimesでプレスリリース配信

上記リリースをSNS（Facebook）で拡散
自社セミナーページ掲載/社内告知
各社メルマガの配信 ※ここが効果絶大

所感

5社での共催を行うことで、メルマガ配信の母数を多くできたことが短期間でこれだけの集客につながった大きな要因。
またセミナーの内容も、集客からクロージングまでと幅広いカンファレンス感をだすことで様々な層のお客様に参加いただけた。

各種お問い合わせ

MA・インサイドセールス
について詳しく聞く

「i:Sales」の
サービスや機能を知る

セミナー/イベント
の情報を確認する

無料デモを体験する

資料内にご不明な点はございませんか。
ご質問等あれば、お気軽にお問い合わせください。



Tel : 03-4405-6609
E-mail: info@eye-sales.com
URL : <https://eye-sales.com>