

治療家向け勉強会集客法Q&A

インプロビックです。

治療家向け勉強会集客法が募集開始となりましたが、様々な質問が寄せられていますので、QAで伊藤先生がお答えしています。申込み時の参考になさってください。

先着15名には9つの特典付き！！

『治療家向け勉強会集客法』のお申込みはコチラから！

<http://fbtw.me/benrep>

Q：勉強会集客法とはなんですか？

Aさん：伊藤先生、こないだ案内が来た、治療家向け勉強会集客法ってなんですか？興味はあるけど、よくわからなくて。

伊藤先生：無料の勉強会を開催することで、意識の高い参加者（見込み客）を**少人数集めて**、その参加者の中からクロージングしていく集客方法です。

Q：セミナー商法ですか？

Aさん：ああ、よくあるセミナー商法ですか？

伊藤先生：そう思われる方もいらっしゃるようですが、全く違います。勉強会とは参加者から信用・信頼を得ること。
この場で何かを売るわけではありません、信用してもらう、専門家、先生としてみてもらう、そして、
「この人なら治療をお願いしてもいい、ぜひお願いしたい！」
と思ってもらうことです。その勉強会集客を行う為のノ

ウハウを伝えるものですね。
この方法、元々は、地方の工務店で2,000万円の家を売る為に使っていた方法なんですよ。

Aさん：家を売るための方法だったんですか？

伊藤先生：そうなんです。家を売るためですから、信頼とか信用が大事になってくるので、**すごく真面目な方法**なんです。そして、家より安いものならなんでも売れてしまう。逆に、威力がありすぎて、ネットワークビジネスの人が悪用しそうになったと聞いています。

Aさん：そんなに強力なんですか…。

伊藤先生：そうですね。しかも、様々な業種に使える方法なんです。ただ、その中でも私は、**治療院がこの集客方法との相性が抜群に良い**と思っています。

Q：なぜ勉強会集客法と治療院は相性が良いのですか？

Aさん：なぜ治療院さんと相性が良いんですか？

伊藤先生：元々家を売る方法だった、とお話しましたが、家を売る場合は、勉強会をやる、説明会や打ち合わせに来てもらう、そして販売契約に進みます。
勉強会の後に、一手間かける必要があるんですね。高額商品だと仕方ないわけですが。

Aさん：確かに、いきなり「買います！」とはならないですよ。なんせ2,000万円ですから…。ローンも組むし。

伊藤先生：そうです。でも、治療院なら数千円ですから、すぐに来院してもらえるし、心理的なハードルも低いですよ。そして、その他の業種と比較しても向いていると思う、もう一つ大きな理由があります。
それは、**会場では何も売らないということです。だから物販系などは絶対にダメですが、治療院なら「予約」という形が取れるじゃないですか。**
形があるものを守る方よりも、治療院のようなサービスを扱う業種に極めて向いていると思います。

さらに言うと、**デモンストレーションが見せられる**というところも治療家さんのメリットです。
ちょっと肩のこりと取ってあげたり、身体の歪みを教えてあげたり、**その場で効果を見せられる、アクティビティができるのが強み**なんです。

Q：売り込まないんですか？ セールスはしないんですか？

Aさん：治療家さんに向いている、というのはわかったんですが、**気になるところ**があって、「**何も売らない**」というところなんですけど。セミナーでは高額商品を売るのが基本じゃないんですか？

伊藤先生：そうですね、セミナー商法では、そういうやり方をする人達が多いですね。それが儲かるとも言われていました。本当かどうかわかりませんが、「**何千万売った!**」という話も耳にしましたね。
ただ、勉強会は違います。
特に治療院さんの場合は、身体のことで困っている一般の参加者さんを来院に導くわけですから、**あおるやり方は向いてない**んです。
ただでさえ、日頃から**刺激的なチラシやホームページの売り文句にウンザリ**してるので。後々、クレームになる可能性が非常に高いです。

Aさん：セミナー商法的なやり方とか、あおる方法は、治療院には向いていないんですね。

伊藤先生：はい。そもそもそういう人達が普段広告費をかけて行っている**刺激的なチラシ**や、初回値引きの集め方からうま*く*いかなくなってます。
患者さんはそういうゴリゴリ煽り系の売り込みに飽々してしまっている。うんざりなんですね。私の院にも、**患者さんが「こんな怪しいチラシが入ってたよ」と他院の売り込みチラシを持ってきてくれます**からね。
だから、とにかく信頼してもらわないと来てもらえない。
ここの辺りを話すとまた長くなるのでこれ位にしますが、とにかく私の勉強会では何も売りません。

Q：売り込まないならどこで元を取るのですか？

Aさん：えっ？でも、それじゃあどこで元を取るんですか？

伊藤先生：ああ、元を取る、というところでは、勉強会当日や、そのあとすぐではありません。
また、そもそも焦って元をとらなきゃいけないような費用のかけ方をしません。だから、焦って何かを売ろう、院に来させよう、とする必要もありません。
例えば会場、本来結構お金がかかりますが公民館など公共施設で手配して、格安で会場を借ります。
公共性の高い場所は、大体1回くらいは行ったことがあるので、参加者の心理的なハードルも低いというメリットもありますよね。
セミナールームとかだと、行ったことがない人にとっては「どんな場所なの？」と誤ってしまい、小さいですが、恐怖心を与えてしまうのです。

Q：お金をかけないと参加者が集まらないのでは？

Aさん：確かに、行ったことない場所はちょっと抵抗あるかも。でもお金はかけないと、参加者が集まらないじゃないですか。

伊藤先生：そうですね、普通に考えたらそうなります。しかし、それだと「新しい集客法」と言っている意味が無いですね。私の場合はそこで無料の強力な広告媒体を使います

Aさん：無料の広告媒体？

伊藤先生：そう、それが後援とプレスリリースです。メディア各社に後援として付いてもらうことで、○○新聞社後援と記載されたチラシや宣伝をすることができます。
更に、プレスリリースを使って、取材などに取り上げてもらうことで地元新聞社や、地元ラジオ、地元テレビ局、無料で広めてもらえるわけです。
実際、私は新聞にも載りましたし、ラジオからの取材も受けました。普通なら100万円支払って掲載してもらうサイズで、新聞に載りました。もちろん無料で。

Aさん：そんな方法があったんだ・・・。

伊藤先生：これは知る人ぞ知るとい方法ですが、集客上とてつもなく強力で、
「テレビ局が関わっているなら」と、信頼感がかなり高くなります。
経験からいえますが、全く知名度が無くてもこの後援とプレスリリース、そこにチラシや広告のテクニックを組み合わせる事で、集客に困らなくなります。これは計り知れない強力な威力があります。

Q：簡単にメディアの後援は取れないのでは？

Aさん：強力なのはなんかイメージ沸くけど・・・でも、メディアの後援って、なんか難しそう・・・。

伊藤先生：そうですね。
私も企画開催するまでは、そう思っていました。しかし、全く逆です。
「こんなに簡単でいいのか？」
というくらいに簡単です。
それらのノウハウ、勉強会集客法では、**過去の後援が取れた申請書もテンプレートとしてお渡しします。**
簡単とは言いながらも、コツというものがあるので、それらを纏めて、パッケージにしています。

Q：PRのコツとはどういう事ですか？

Aさん：なるほど。たしかにすごく良い方法のように思えてきた。詳しくは教材の本編で、というのは分かってるけど、もうちょっと詳しく教えてもらえないですか？

伊藤先生：そうですねえ。
いくつかヒントを差し上げるとすれば、
あなたの会社名で企画するのではなく**信頼しやすい団体名**で企画すること、**トレンドを抑えた勉強会のテーマ**で内容を構成すること、**興味を引くキャッチコピー**を使ったプレスリリースを作ること、などです。
これらが非常に重要になってきます。

Q：信頼しやすい団体名とはなんですか？

Aさん：信頼しやすい団体名ってなんですか？

伊藤先生：実は団体名が非常に重要なんです。
患者さんや、お客様もそうなのですが、メディア各社の人達も、〇〇株式会社という名前を見たら
「お宅の商品の宣伝販売なんですよ？」
となってしまいます。そうすると、後援は取れないわけです。

Aさん：テレビ局とかもそういうところを気にするんだ。

伊藤先生：はい。建前上は報道機関がどこかの会社に肩入れするのはダメだからです。
売った後問題があったら片棒担いだと言われかねないですしね。
とはいっても彼らもスポンサーを持っており実はそこが重要なキモになったりしますが・・・
まあそれは本編で、ということで。
なので、**後援を断られないようにする為に、NPOみたいな団体名で開催して**
「世のため人のために無料勉強会を開催しますよ」
「社会貢献の為に勉強会をしますよ」
というところをアピールしなければなりません。その為にイメージに合った団体名を用意するのです。名前の付け方も勉強会集客法ではしっかりとお伝えしますよ。

Q：勉強会後は参加者にどんなアクションをするのですか？

Aさん：なるほど、参加者を呼ぶところまでは分かってきたかも。でも、ちょっと分からないのは、勉強会に参加者が来たとして、その後どうするんですか？だって当日は売らないんですよ？

伊藤先生：はい。**売りません！売り込みはしません！**
実は売らない理由は信用・信頼という部分以外にも公共施設を利用する場合、その場での売り込みは厳禁というルールがあります。

利用目的を利益目的ではない活動に限定している、だから公共施設は安く使えるのです。
このルールを破って公共施設で売り込みを行ってしまうと出禁になります。二度と使えません。
更に問題なのは、公共施設とともに、メディア各社からもお付き合いを絶たれてしまいます。
これは、今後の活動の大きな障害となってしまいます。

Aさん : そうなんだ・・・。それは危険。かなりリスクですね。

伊藤先生 : そう。一回は売上が立つかもしれませんが、これは、大きな代償になってしまいます。
ルールを守れば何度も質の高い見込み客を集められるのが勉強会集客法の良いところなのですが、その一番のメリットを失ってしまうことになります。
じゃあ、どうやって売上につなげるか？というと、アンケートが重要な役割を持ちます。

Aさん : アンケート？

伊藤先生 : そうです。アンケートで、個人情報を獲得するのはもちろん、どういう悩みをもっていて、何がほしいか？
そういうことに答えてもらうのです。
そして、それを提供することで関係を維持して最終的に自分のサービスを提案するのです。
プレゼントを後日お送りしますので欲しいものを選んでください。というのも使える方法です。

Q：参加者へのプレゼントは何がよいですか？

Aさん : 無料の勉強会の上にプレゼントもするんですか？

伊藤先生 : はい。**高価なものを送る必要はありません。**
例えば、
「今回の勉強会のまとめレポート」
「今回の内容をアクションプランにしました」
「今回の勉強会に盛り込めなかった
マル秘テクニック」
などでもOKです。

あなたの勉強会がちゃんと価値提供していれば、これだけでも十分な価値があります。**アンケートの回答率も高くなる**はずです。

Q：勉強会をするための重要ポイントはなんですか？

Aさん：なるほど。色々聞いていたら、なんかやってみたくなってきた！

伊藤先生：そうですね！是非やってみましょう！
ここまでの内容をまとめると

- ・勉強会を公共施設などで企画する
- ・メディアの後援と、プレスリリースで取材を獲得
- ・チラシやwebなどで、後援付きの宣伝を
- ・当日は勉強会の価値提供に徹して・・・
繰り返しますがなにも売り込まない！
- ・アンケートをしっかりとって
後日のクロージングに繋げる

ということですね。

Aさん：しつこく言いますね(笑)売り込まない。

伊藤先生：はい。(笑)
でも、これは本当に重要なんです。
信用・信頼の面以外にも営業を経験された方には分かると思いますが、**「売らなくていい」これは精神的にも凄く楽です。**
そして開催後、本当に何も売り込まれないので、
参加者からも、
「凄く良かったです！」
「感動しました！」
と喜ばれる事が多いです。
警戒していた方ほど、ギャップができて喜んでくれるわけですね。勉強会を企画した本人も
「やってよかったなあ」
と思えるんです。凄く仕事のモチベーションにも繋がりますよ。

Aさん：来てもらった人に喜ばれるっていうのは良いですね！

伊藤先生：そうなんです！やっぱり人に喜ばれるそれを実感するっていうのは重要です。しかも実際には、その場で
「治療してくれませんか？」
「予約をとりたいのですが？」
というような形で来院につながる例もたくさんあります。そのくらい、信用・信頼を得るといえるのは重要です。

Q：なぜ勉強会中に売上があがるのですか？

Aさん：えっ？売り込まないのにその場で？

伊藤先生：はい、そうです。売っていないのに売れてしまう。
勉強会に来る参加者というのは、非常に意識が高い、本当に困っている方ですから、一度信用・信頼が得られれば、
「どうせ頼むならこの人に治療をお願いしたい！」
という気持ちがとても強くなる方達です。
それでも勉強会自体では売らない。
だから、ある意味焦らされちゃって、
「治療してくれ！あなたに治療して欲しい！」
ってなってしまうんですね。

Aさん：たしかに、この人いいなあって思ったらおねがいしやうかも。買う気がある時ほど、良い店員さんに会ったら、即買い！みたいな。

伊藤先生：そうですね。しかも売っていれば買えるけれど、買いたいのになら売ってない、って辛いじゃないですか。だから余計に欲しくなる。こういうことありませんか？
「今日は買う！」
って決めて店に行った日に限って、昨日下調べしておいた商品が売り切れで買えなかった経験。

Aさん：あるある！あれは悔しい！どうしても欲しくなる！

伊藤先生：ですよね。私も最初は心の準備が無かったのでびっくりしました。

普通なら何かしら売り込みがあるのに、全く無いから参加者がしびれを切らしちゃったんですね。参加者の方から勉強会の途中で話しかけてきて、
「予約どうやったらいいですか!？」
「あ、えーと、はい、あります、予約します(汗)」
という感じですよ。まだ来院の話まったくしてないのに。(笑)

Q：しゃべるのが上手くないと勉強会ができないのでは？

Aさん：それはウケる。(笑)あーでも、それは伊藤先生の勉強会が素晴らしいとか、しゃべるのがめちゃくちゃ上手いとか？たまたま伊藤先生が凄いとことじゃないんですか？

伊藤先生：よく言われます。でも、違うんです。実は、勉強会は話すのが下手でも大丈夫なんです。私は人前で話すのがとても苦手。今でこそ経験を積んで大分うまくなりましたが当時は本当に口下手で。最近やっと、仲間に「伊藤先生うまくなったね」と言われましたよ。2年半やって。
(笑)
でも、しゃべるのが下手な時から、とても真剣に当日の勉強会を実施しました。そしたら、結果が出たわけですよ。そういうのが伝わるんですよ、少人数の勉強会だと。

Aさん：口下手でもいいんですね。勇気が湧いてきますね！

伊藤先生：そうですね。人前に立つのは誰でも緊張するし、最初はみんな口下手です。話慣れて上手い人だけができる方法だと、地方の工務店じゃ使えないですよ。だって、そういう会社は有名大学出たようなエリート社員なんてなかなか雇えないですから。**誰でもできる方法**にちゃんとなってるんですよ。
もちろん、この勉強会集客法パッケージでは**スライドの作成の仕方や、ストーリーの作り方話し方など当日のプレゼンテクニックも詳しく説明**します。
でも、大事なのは、その場で本当に心から**「価値の提供」に徹する事**ですね。

いくら話し方が上手くても、内容が伴っていなければ、やはり参加者にバレます。
参加者、お客様はバカじゃありませんから。むしろとても厳しい目で見ているとあっていいでしょう。

Aさん : じゃあ、しゃべるのが上手いとか下手って全く関係ないんですね！

伊藤先生 : うーん、それだとちょっと極端かもしれません。
話し方が上手い方が参加者の満足度は高いです。**声のトーンや出し方、ボリューム立ち方、ボディーランゲージ**なども影響します。
これらも**勉強会集客法パッケージでは丁寧に説明**していますし、場合によっては、ゲストスピーカーを呼ぶ、という方法もあります。相乗効果を狙うやり方ですね。その辺りもしっかりとやり方や、注意点を説明しています。

Q : 結局、話し方などのテクニックが大事なのは？

Aさん : そうなってくると、失敗したくないからそういう話し方のテクニックも気になっちゃうなあ。

伊藤先生 : その気持ちは分かります。私も最初はそうでした。
このマニュアルでもその部分も習得できるようになっています。
ただ、経験から言わせてもらうと、**どんなテーマで、何を提供できるか、そちらの方が1000倍重要**です。
そこが参加者のニーズとしっかりと合致していれば、話が上手い下手関係なく、非常に深く喜んでもらえます。
絶対的な価値の大小というよりは、**参加者が望むものをちゃんと提供できるか？**ということですね。
この辺りはすごく詳細に、心理学の話も含めて説明しますので、じっくりと学んでほしいですね。

Q : 話すネタが無いと勉強会は無理ですか？

Aさん : ふーむ。そうなると、何を話すか？ってところが無いと難しいんだ。

伊藤先生：はい。ネタ探しで悩まれる方が非常に多いのも事実ですね。

「何を話して良いか分からない」

「私には人前で話せるような事がない」

という感じですね。そういう人に限って、お話してみると「全然話す事あるじゃん！」という感じなんですけどね。(笑)

Aさん：俺も何話していいか想像つかないなあ。

伊藤先生：もちろん、それら最初のアイデア出し段階からマニュアルでサポートしますので安心してほしいですね。**アイデアを出すためのツール**も含まれています。

Skypeでの相談も実施しています。

何を話せばいいか、どんな勉強会を開けばいいか、については、**開催計画書の添削**なども行いますので、是非相談してください。

Aさん：よーし、じゃあ明日から準備しよう！
伊藤先生ありがとうございました！

伊藤先生：どんどん勉強会を開催していきましょう！

先着15名には9つの特典付き！！

**Skype 相談、バインダーマニュアル、ストーリーテンプレート…
数々のツールが一気に手に入る**

**『治療家向け勉強会集客法セミナー』
お申込みはコチラから**

<http://fbtw.me/benrep>