

女性・若者・シニア創業サポート事業

第12期
全5回
無料

夢をかたちに!! 女性のための 創業スタートアップスクール

リスクをおさえて事業を立ち上げ、継続・成長させるための3つの力

1.商品開発力

2.マーケティング力

3.経営力

を身につけ、事業計画の作成を目指します。

【主催】まちづくり三鷹

【2日目】小さな事業のための**集客技術**

令和5年6月22日（木）
一般社団法人ビジネスシード
浅川 絢子

1

集客って、何？

客を集めること。
また、客が**集まる**こと。

デジタル大辞泉



安定して**売上が立つ状態**になるよう
お客様との関係性を築く行為

2

現代社会は、、、

『物』『サービス』『情報』過多の時代

消費者が接する広告の量は、1日あたり
約4,000とも5,000ともいわれている。

- ☑差し迫った購入の必要性がない
- ☑広告は無視する癖がついている
- ☑物より時間がない



お客様



更に、
小さな事業は広報にお金をかけられない状況。。

商品がよいだけでは売れません。
きちんと販売戦略を立てていきましょう。

3



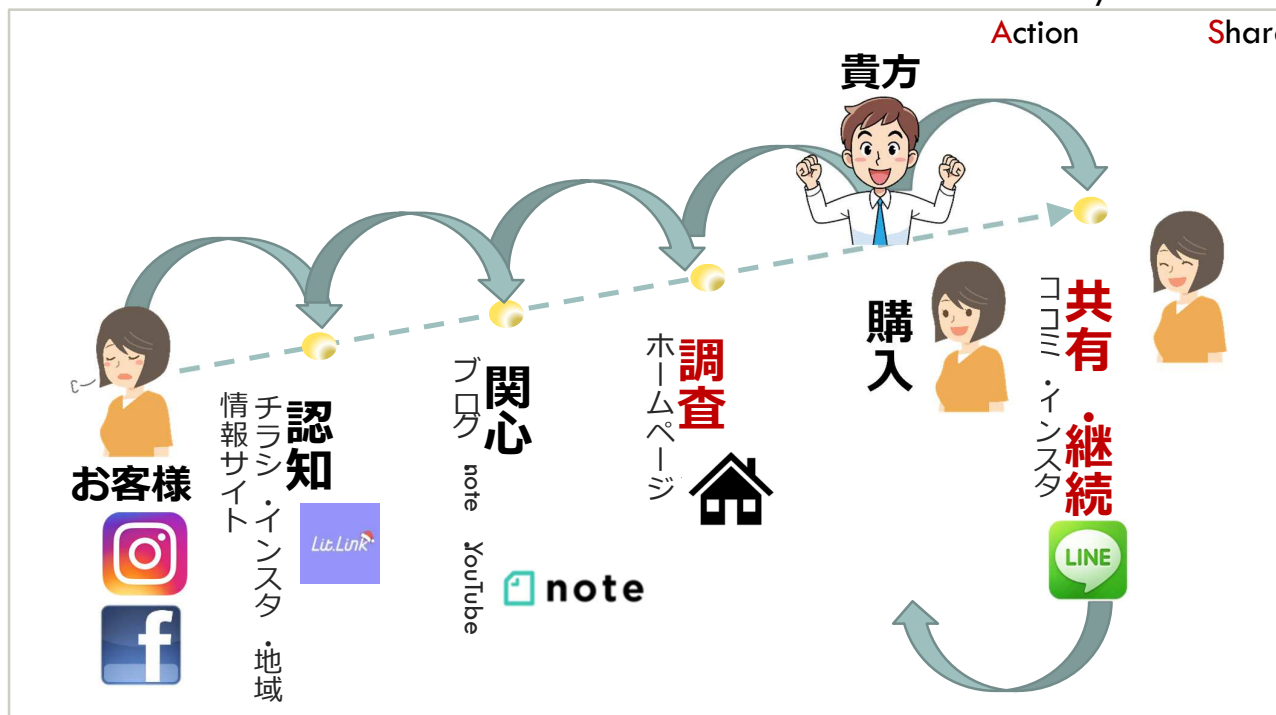
最近購入した（検討したが購入しなかった）
商品・サービスについて書きだしてみよう！

①どんな商品・サービス ですか？	
②初めて知った きっかけ・時期は？	
③その時 どのように思いましたか？	
④他社製品との 比較をしましたか？	
⑤購入した （購入しなかった）要因は？	
⑥（購入した場合） 誰かに買ったことを 伝えましたか？	

顧客心理モデル（AISAS）

Attention
Interest
Desire
Memory
Action

Attention
Interest
Search
Action
Share



5

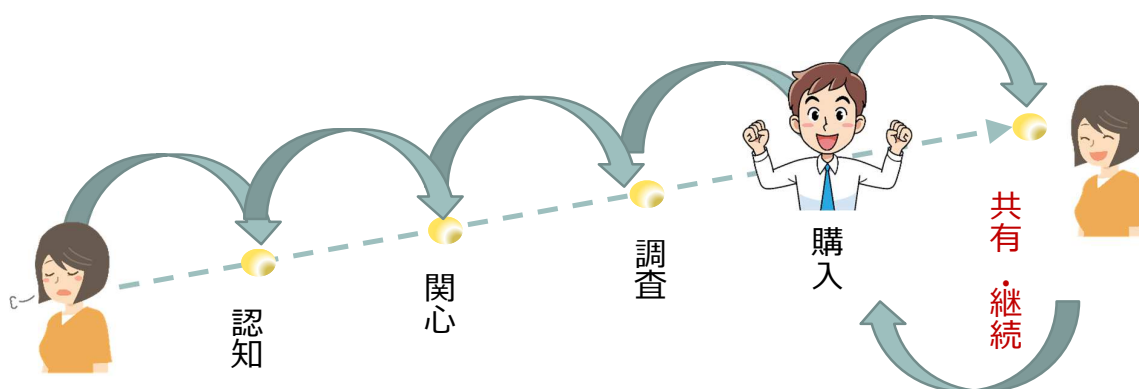
場当たりの**NG**
計画的にお客様を引き寄せる**仕組みづくり**を！



6

ゴールまで、 お客様を誘導できていますか？

- ☐何をしている人だか分からない（誤解される）
- ☐オファーが無く、次につながらない
- ☐商品詳細を知りたくてもたどり着けない
- ☐申込をしたくても、申込フォームに辿り着けない
または申込方法にハードルがある。
- ☐よいと思っても次のステップへのハードルが高すぎる



7

どんな集客ツールを使ったらいい？



小さな事業の集客の基本は**口コミ・リピート**

なんでもやればいいものではない！
最低限の**時間**と**経費**で集客することを考えよう



事業主がやるべきことは『集客』ではなく『サービスの提供』
『集客』は**短時間で、労力をかけずに行う方法**を考えよう

集客ツールを選ぶ際に気をつけたい事

プル型ツール



情報を集積し
見てもらうものを待つもの

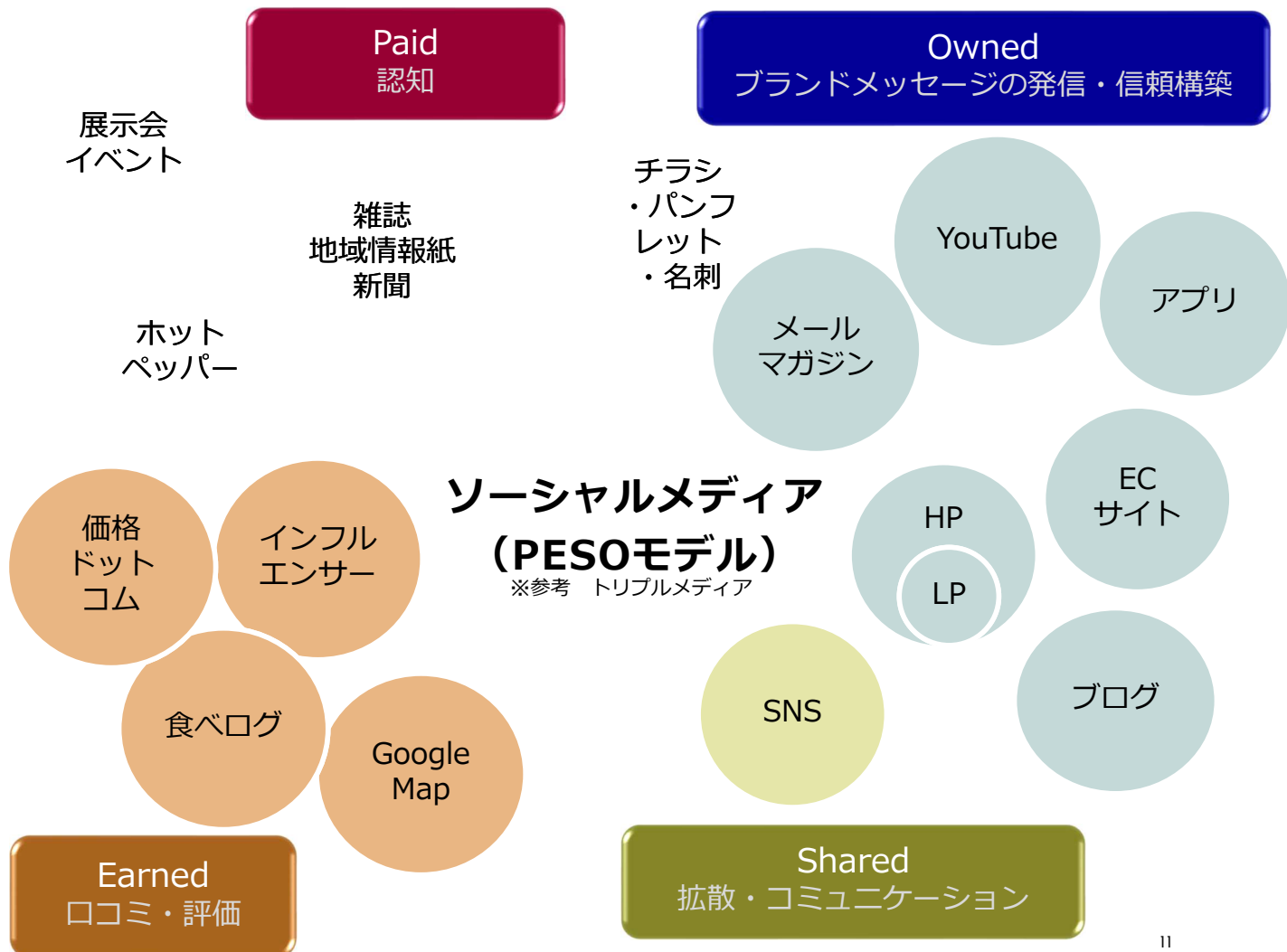
プッシュ型ツール



積極的に知らせるもの
リアルタイム性が高い

コミュニケーション型ツールか一方通行型ツールか

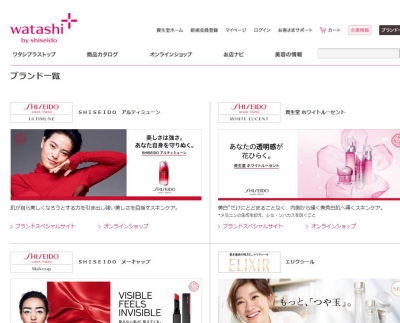
	日本の利用者数 (世界の利用者数)	特徴
LINE	9,200万人 (1億人) ※2022年4月	電話・メールに変わるインフラ的存在で、利用者層が最も広い。登録が簡単でプッシュ通知を使った情報発信が可能。スタンプ機能なども利用可。開封率が高いのが特徴。
YouTube	6,900万人 (20億人) ※2021年10月	動画での情報ストックが可能。文字情報より、データのコピーがされにくい。個性を伝えやすい。ニッチな市場でも、興味がある人と繋がりがやすい。幅広い利用者層。
Twitter	4,500万人 (3億3,000万人) ※2017年10月	リアルタイム性に優れている。情報拡散性も高い。短文＋URLリンクが可能。男性の利用率も高い。
Instagram	3,300万人 (10億人) ※2019年6月	視覚を活用した訴求が得意。「ハッシュタグ検索」や「発見タブ」など独自の検索機能。20代～30代の女性に強い。
Facebook	2,600万人 (29億3,600万人) ※2019年7月	リアルな繋がりの補完に適している。リンクが貼れる、グループを作れるなど汎用性が高い。30～40代の利用率が高い。
TikTok	950万人 (10億人)	豊富な動画編集機能。10～20代への訴求に効果的。
note	6,300万人 ※1か月間のアクティブブラウザ数 2020年5月	記事の販売が可能。アフィリエイトはAmazonのみ。広告が出ないことが◎



11

ツール間の連携はとっても大事！

基本は、一投稿一商品
一記事一売上



企業トップページ



クリック数は最小限に！

長期的な目で**集客基盤**を作ろう



集客は**今**！
お客様の行動は**将来**！
焦らないこと



こんなことやります！



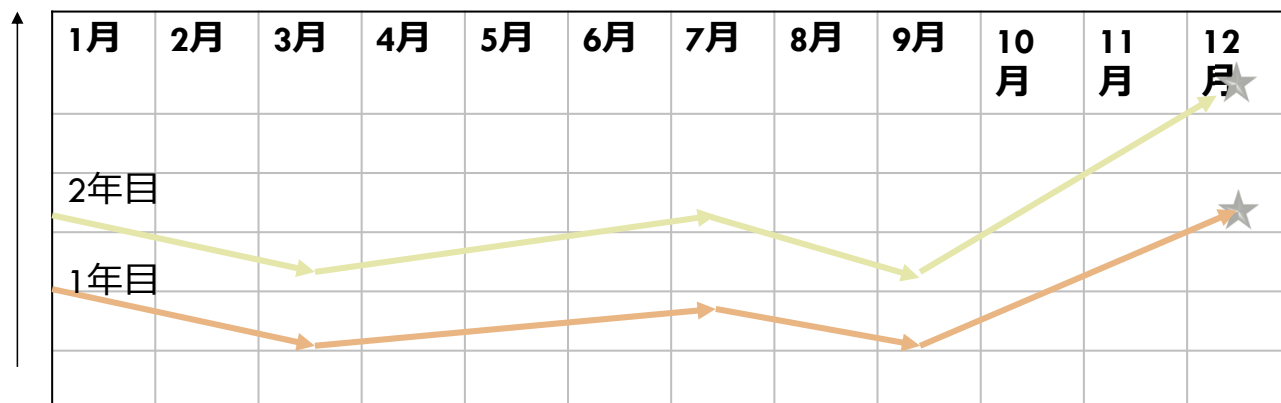
参加しようかな？購入しようかな？
と検討しても、今行動をしない人
約8～9割と考える

最低でも、定員×20人の受講見込み客を育てよう！

広報計画の作成

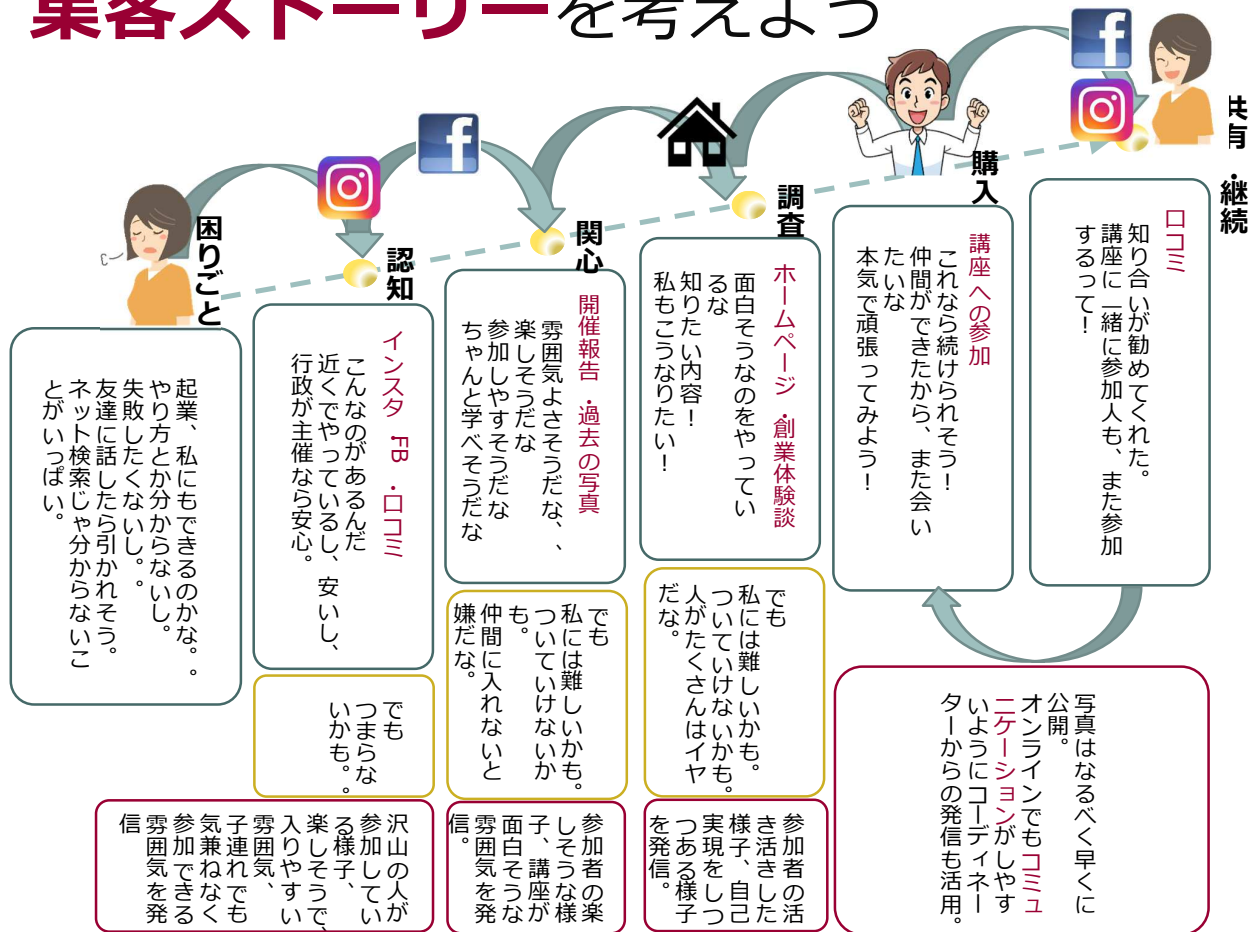
お客様が行動しやすい**タイミング**を
あらかじめ推測！
広報は **少なくとも1ヵ月前**
2か月前には告知準備を

集客数

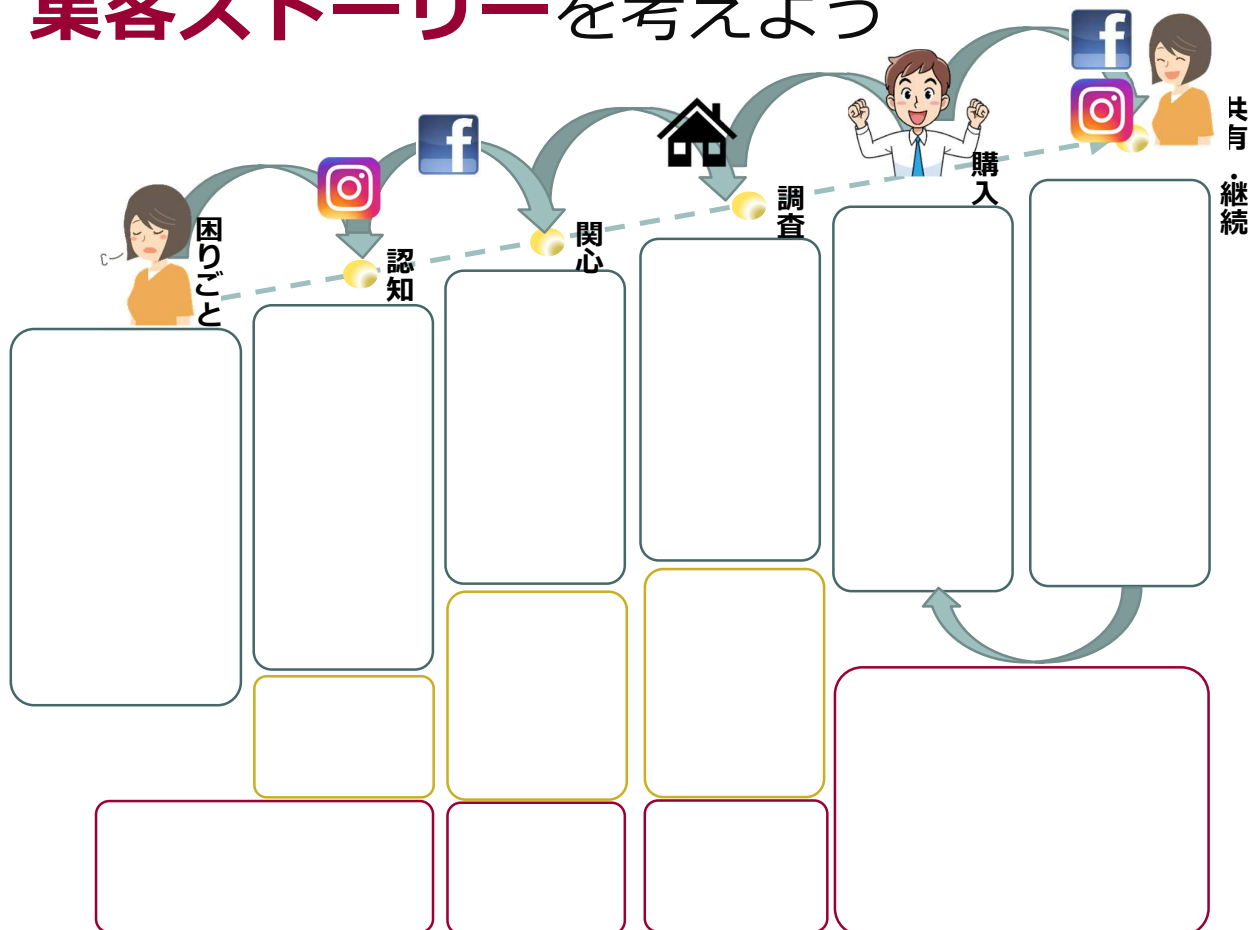


集客ベストシーズンを見定めて！年単位行動計画を！

集客ストーリーを考えよう



集客ストーリーを考えよう



まとめ



- ✓お客様の行動パターンをよく把握すること
- ✓お客様の環境にマッチしたツールを使うこと
- ✓集客ツールひとつ一つにミッションを与え、
戦略的・段階的に使うこと
- ✓ツール間の連携をとること
- ✓長期的な目線をもって、計画的に行うこと
- ✓新規のお客様を集める事より、
目の前にいるお客様との関係性を育てよう

これを意識するだけで、集客は変わってきます
何もしなくても**お客様が集まってくる**状態を作り出そう！
商品開発やサービス提供に、全精力を注げる環境を作り出そう！

17



6月29日までの宿題

発表フォーマットP1～5

ワーク
3

書ける範囲で書いてきてください（枠は自由に増やして構いません）
ワークに使用しますので、
記載の上、手元に見られるようにしてご受講ください。

Facebookグループは自己紹介や質問など、ご自由にお使いください。
合わせて

まちづくり三鷹 コーディネーター相談もご活用ください。

<https://www.mitaka.ne.jp/docs/2023012000057/>

18