

絶対増やせる『無敵の婚礼集客』セミナー PART 2

6つのココが違う！

「婚礼集客」だけをここまで徹底的に掘り下げたセミナーが、かつてあっただろうか？

- 1 “婚礼集客のスゴ腕”だけを厳選した最高の講師陣
「大手オーナーの指南役」「WEB対策の達人」「ローカル集客の先駆者」など業界垂涎のエキスパート6名が顔を揃える唯一無二の機会です。
- 2 婚礼集客のあらゆる分野が1日でまんべんなく学べる
ネット・情報誌・SNSからエージェント、営業ツールまで複雑化する集客に必要なナレッジとスキルを1日にみっちりパッケージしました。
- 3 秋冬商戦から即活用できる実践ノウハウが満載
PDCAの回し方など社内でのインストール手法も含め受講後すぐに実践し、即効的な成果を上げて頂くことを前提とした内容です。
- 4 従来セミナーと異なる新たな視点や領域も学べる
「お客様目線の仮想体験」「広告費ゼロの広報活用」「自社集客の基礎知識」など他では見られないプログラムも盛り込んでいます。
- 5 中小規模の会場でも実践できる戦い方をご紹介
大手チェーンに比べ資金・人材が潤沢ではない中小会場においても十分実践することが可能な戦い方にこだわってお届けします。
- 6 講師6名・330分の講義で抜群のコストパフォーマンス
ご多忙の中、貴重な時間とコストを費やして終日ご参加頂くことを踏まえて費用対効果にもしっかりと配慮しています。

絶対増やせる『無敵の婚礼集客』セミナー 参加申込書

必要事項をご記入の上、**FAX 03-5425-5728**へお送りください。

参加費 [1名様] **26,000円**(税別)

●特別優待価格 [1名様] **24,000円**(税別) ※以下の方々が該当します。

- ・『ウェディングジャーナル』年間購読者
- ・昨年9月開催の『打合せ&プランニング みんなでとことん共有セミナー』参加者
- ・今年1月開催の『ウェディングEXPO』参加者
- ・今年5月開催の『新規接客を極める1dayセミナー』参加者

- 申込書到着後、ご請求書を送付させていただきますので、指定口座に参加費をご入金ください。事前入金の確認を持って正式申込み受付とさせていただきます。
- 先着100名様限定での募集のため、申込書を先にFAXいただいた場合でも、指定期日までにご入金を確認できない場合はキャンセル扱いとさせていただきますので、あらかじめご了承ください。
- 会場定員に達した場合は参加受付を締め切らせていただきます。あらかじめご了承ください。
- 昼食の提供はありません。セミナー会場に入る品川フロントビルの飲食店などを各自ご利用下さい。

御社名	所属・お役職
申込みご担当者名	参加人数(数字を記入して下さい) 名
ご住所 〒	
TEL	FAX
メールアドレス	@

該当する場合はチェックをつけて下さい

☐ 『ウェディングジャーナル』の年間購読者	☐ 『打合せ&プランニング みんなでとことん共有セミナー』(2015年9月開催)参加者
	☐ 『ウェディングEXPO』(2016年1月開催)参加者
	☐ 『新規接客を極める1dayセミナー』(2016年5月開催)参加者

講師陣への質問欄

※質問してみたい講師の方のお名前とご質問内容をお書き下さい(複数可)。
※ご質問内容は講師の方に必ずお伝えしますが、ご質問にお答えできるかは、当日の時間の都合に依りますので、あらかじめご了承ください。

主催・問い合わせ

株式会社リフレクション ウェディングジャーナル編集部

〒105-0012 東京都港区芝大門1-4-4ノア芝大門6F 【TEL】03-5425-1727 【FAX】03-5425-5728 【MAIL】info@weddingjournal.jp

絶対増やせる『無敵の婚礼集客』セミナー PART 2



王道の集客PDCA

安藤 正樹
リクシィ



グローヴエンターテイメント流 地方で勝ち抜く 集客戦略&戦術

工藤 慎也
グローヴエンターテイメント



10年先も 勝ち残り続ける ブライダル集客戦略

村田 雅利
フォーサイトクリエイション



お客様目線から見た ブライダルWEB マーケティング最前線

江口 貴彦
エッセンシャルズ&カンパニー



全部やったらスゴイことに! 秋冬商戦に勝つ『ゼクシィ』 120%使い倒し術

森山 圭
フォーディメンション



1からわかる 広告費不要の 「パブリシティ」MAX活用 実践講座

高津 守
TIPOLOG

〔開催日時〕8月31日(水) 10:30～17:40

ファシリテーター／北折賢史(Wedding Journal)

開催場所 東京・品川(品川フロントビル / 品川駅徒歩4分) 主な参加対象 ホテル・結婚式場の経営幹部・支配人・マネージャー、マーケティング・WEB・メディア担当者の方

参加費 [1名様] 26,000円(税別)
特別優待価格 [1名様] 24,000円(税別) ※以下の方々が該当します。
●『ウェディングジャーナル』年間購読者 ●昨年9月開催の『打合せ&プランニング みんなでとことん共有セミナー』参加者
●今年1月開催の『ウェディングEXPO』参加者 ●今年5月開催の『新規接客を極める1dayセミナー』参加者

【主催】ウェディングジャーナル 〒105-0012 東京都港区芝大門1-4-4 ノア芝大門6F tel/03-5425-1727

真に
価値ある
時間を

WJセミナーシリーズ

当代最強のブライダル集客の猛者たちが大集結

ネット、情報誌、SNS、エージェント…複雑化する婚礼集客の全てを1日にパッケージ
秋冬商戦の集客を「一気に伸ばす」「ナレッジ&スキル」をたっぷり持ち帰ってください

100名様
限定で開催

※会場キャパシティの関係で先着100名様までの受付となりますので、あらかじめご了承ください。



集客の“正解”は今やひとつじゃない。 だからこそ数多くの戦い方を知るべきだ。

PROGRAM 1 10:35~11:30

王道の集客PDCA

～絶対に失敗しないウェディングマーケティング～

婚礼集客を立て直すには、まずはオーソドックスな王道のやり方をきっちり習得するところから入るべきだ。オーソドックスというと簡単なようだが、「反響や来館のパフォーマンスを見れているつもりで見れていない」というような「できているつもり」のケースが実は非常に多い。「考え方と手法がわからないことが取り得る施策の幅を狭めてしまっている」と安藤氏。まずは今やれることの精度をとことん高めること。それだけで大きな伸びしろが手に入るはず。そのためには日々何をチェックし、どんなKPIを立てて、PDCAをどのように回していけばよいのか。集客担当者がすぐ実践できる「絶対に失敗しようのない」王道の婚礼マーケティングを伝授してもらいます。



安藤 正樹
リクシ社長

2003年京都大学法学部卒業。01年より創業メンバーとして参画したドリコム(ネット関連事業)で、営業担当取締役として新規事業の立上げ、事業拡大、営業部門のマネジメント全般を担当し、東証マザーズ上場に貢献する。09年4月、エスクリに入社し、東証マザーズ上場を経験後、結婚式場の責任者、マーケティング部門の責任者を経て、取締役事業本部長に就任し、東証一部指定替に貢献。その後、常務取締役として事業部門を掌管し、結婚式場30施設、内製部門、新規事業、HRを統括し、売上262億円／社員数1023名の規模(連結)へと成長させた。16年5月、株式会社リクシを創業。厳選式場がつくる結婚式の企画書からベストな結婚式を提案する「gensen wedding」が8月からスタート。

PROGRAM 2 11:40~12:35

グローヴエンターテイメント流 地方で勝ち抜く集客戦略&戦術

～中小商圏のローカルエリアで
私たちはどのように集客に成功しているのか?～

北海道・東北で近年急速に業容を拡大する注目企業、グローヴエンターテイメント。運営店舗数は2013年の4店舗から16年には11店舗と一気に増えており、この急拡大を支えるマーケティング機能／仕組の指揮をとるのが工藤氏です。明確なコンセプトのもとバリューチェーンを一气通貫するために「スタートキット」というツールを使用。レストラン、ホテル、ハウス、教会など異なる業態の集客ノウハウを有し、営業とクリエイティブの有機的な連動により前年比110%の集客アップに成功。加えて全店成約率55%も達成している。NPSを用いたアンケート手法、顧客分類による営業機会の創出など、地方マーケットならではの集客と施行の循環サイクルの構築も光ります。



工藤 慎也
グローヴエンターテイメント
マーケティング部長

1981年生まれ、青森県出身。大学院卒業後、広告代理店にて複数の結婚式場、ブライダルジュエリーの広告・販促プロモーションを担当する。2008年、リクルート入社。広告営業として約4年間にわたり従事する。定量・定性両面での課題設定を得意とし、商品設計や人材育成にも携わる。2014年、札幌市に本社を置くグローヴエンターテイメントに入社。新規接客業務からスタートし、その後マーケティング室へ異動。2016年、マーケティング部長に就任。店舗が急拡大する中、前年比110%の集客数アップのみならず、クリエイティブの観点から新規成約率にもコミットし、前年比5%アップを達成する。

PROGRAM 3 13:25~14:20

10年先も勝ち残り続ける ブライダル集客戦略

～改装も増ページもひとまず不要
戦い方次第で新規来館は十分伸ばせる～

「ブレイク中の施設の陰にこの人あり」と言われる村田氏。有力ゲストハウス企業や大手互助会チェーンなど、情報誌やサイトで思わずハッと息をのむ“刺さるデザイン”を次々世に送り出すトップクリエイターである。単に見た目の素敵さだけではない。売上目標から落とし込まれる組単価・組数・成約率から集客目標値を設定し、そこに目掛けて全てのタッチポイントを緻密に設計する成果直結型の仕事こそ村田氏の真骨頂。結果、ゼクシィ2Pで月100組を超す新規来館という今どき驚きの数字を叩き出している。情報誌&ネット戦略をはじめ、パンフレットの新たな活用法、自社集客手法まで、「会場の魅力を徹底的に伝える」村田氏の仕事術が業界向けに初めて披露されます。



村田 雅利
フォーサイトクリエイション社長

大学卒業後、大手スポーツメーカーの営業で売上No.1、新築分譲マンションの広告代理店でも年間売上数億円と売上No.1に輝く。広告をもっと深く知るために、開発から関われる商業施設のプロデュース及び集客コンサルティング会社に転職。そこではウェディング施設数社の年間広告予算を預かり、広告戦略を組み立て、売上拡大に貢献。その後、大手制作会社の取締役とウェディング集客コンサルティング業務の両立を経て株式会社フォーサイトクリエイションを設立。本物のデザインを提供し、業種を問わず様々なクライアントの課題や目的、採用に対しコンサルティングとデザインで企業や大学、ウェディングを含む商業施設の売上に貢献している。

PROGRAM 5 15:40~16:35

全部やったらスゴイことに! 秋冬商戦に勝つ『ゼクシィ』120%使い倒し術

～担当者打合せ術から「net」「なび」「本誌」の
最新必勝法、クラスター活用まで～

集客の手段や経路が複雑化する中でも、やはり本丸として存在感を放つ「ゼクシィ」。「本誌・ゼクシィnet・ゼクシィなび」を三位一体として、いかに自社に有利に運用するかは式場事業の命運を握る課題である。従来、ゼクシィ対策のセミナーというと、写真の撮り方やネーミングといった切り口が多かったが、今回はゼクシィの“表”も“裏”も精通する森山氏から、ゼクシィ担当者との打合せ術に始まり、ゼクシィデータやクラスター分析の徹底活用法、ゼクシィnetで有利に戦うためのマル得戦術、最大エージェントであるゼクシィなび対策など、改めてブライダル集客の絶対的インフラであるゼクシィを最大限有効に、有利に、使い倒すためのノウハウを伝授してもらいます。



森山 圭
フォーディメンション社長

1972年生まれ。96年東京大学工学部卒業後、リクルート入社。ゼクシィ在籍時代に「地域密着モデル」「ホテルモデル」「獲得×施行時期別マーケティング理論」などの集客理論を次々確立。担当ホテル・式場の業績を飛躍的に伸ばす。ゼクシィ地方版統括担当、北陸版編集長を歴任。2007年に退社し、「日本のブライダルシーンをもっと熱く」を掲げフォーディメンション設立。マーケティングやマネジメント分野を中心にホテル・式場のコンサルやレストランのウェディングプロデュースを手掛ける。伝説的な成功事例を生み出し続けるその集客戦術に心酔するクライアントは数多い。複数の婚礼サイト及び自社HPに一括入力できる「ブライダルフォース」も開発。

PROGRAM 4 14:30~15:25

お客様目線から見た ブライダルWEBマーケティング最前線

～ネット空間でああなたの会場はどう見えているのか?
仮想体験で学ぶWEB徹底活用のポイント～

一般には会場側の目線で語られることが多いメディアミックス戦略だが、視点を変えてこれをお客様目線で見た場合、会場側の取り組みはどんな形で見えているのか?ブライダル業界のWEBマーケティングおよびメディアミックス戦略に精通する江口氏による解説のもと、受講者が仮想体験を交えながら検証していくユニークなプログラム。「お客様とWEBとの顧客接点の把握・管理」「お客様の情報収集プロセスの認識と的確な情報提供」「お客様がアクションするポイントを逃さず離脱率を下げる」などの点を軸に据えて、リアルとネットが融合しつつある時代におけるWEB集客・マーケティング戦略を徹底的に解き明かしていきます。



江口 貴彦
エッセンシャルズ&カンパニー
社長

東北大学大学院経済学研究科修了(経済学修士)。アーサーアンダーセン、Plan・Do・See、クオリティコンサルティング取締役/マネージング・ディレクターを経て現職。ブライダル業界では2002年度より本格的にコンサルティング事業を開始。国内大手ホテルチェーンをはじめ、ゲストハウス、専門式場、レストラン、リゾート施設など、数多くのブライダル関連施設をプロデュース、コンサルし、各プロジェクトを成功へ導いている。同社がラインナップする多彩なコンサルティングメニューの中でも、昨今は特にメディアミックスによる新たな集客スタイルが、集客低迷を打開する起死回生のマーケティング戦略手法として経営者層から大きな注目を集めている。

PROGRAM 6 16:45~17:40

1からわかる 広告費不要の 「パブリシティ」MAX活用実践講座

～「集客」にも「ブランディング」にも「採用」にも効果絶大～

世の中的に広告効果が低下する中、広報PRの重要性やコストパフォーマンスの高さに注目する企業が増えている。広告一辺倒で来た婚礼業界も、費用ゼロで時に広告の数十、数百倍の集客につながるパブリシティ活用を真剣に考えるべき時だ。当プログラムではポジティブドリームパーソンズで大胆な攻めの広報を展開し、当初2億円だった広告露出換算値を1年で10億円に引き上げた高津氏が登壇。メディアへの段階的なアプローチ法をはじめ掲載率を高めるコツ、露出計画の立て方、バブ効果を高める事前の仕込みなど、明日からできる戦略的なPR術を解説してもらいます。高津氏いわく、「特にニュースの少ない地方のブライダル企業は絶対に狙い目」とのことです。



高津 守
TIPLOG社長

1977年、山口県出身。ジャスダック上場企業のアルファにて企画営業部門マネージャーとして大手飲料メーカー等のSP企画を立案実行。在職中の2011年にグロービス経営大学院でMBAを取得。同年、日本ビジネススクールケースコンペティションで優勝。12年にアルファを退職。ポジティブドリームパーソンズに参画後、マーケティング&ブランディング室、商品企画室、クリエイティブ室の統括GMを務める。企業PR戦略を再編成し、書籍出版やPR企画を立案し、守りのPRから攻めのPRへと組織変革を行う。サービス人財の離職率低下や接客品質向上に課題意識を持ち16年3月独立。ウェディングプランナーにスポットを当てた新発想の結婚情報WEBサイト「TIPLOG WEDDING」が間もなく本格稼働する。