

《Mission 新規来館20%アップをなんとかして実現すること。》

「戦い方がよくわからないまま来館が減っていく…」
そんな状況を打開するために!

5つのココロが違う!

- 1 “婚礼集客の達人”だけを厳選した最高の講師陣**
「WEB集客のエキスパート」「SNS活用の第一人者」「人気会場のキーパーソン」などブライダル業界きっての集客の達人たち6名が顔を揃える非常に貴重なセミナーです。
- 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からローカルマーケットでの対策まで複雑化する婚礼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 インスタや動画など最新ツールの活用術も重点的に**
「一応やってはいるがよくわからない」という声が多いインスタグラムや動画の活用。この分野で先行するエキスパートが実際の成功例を示しながら使い倒し術を披露します。
- 4 中小規模の会場が実践できる集客手法や考え方を提示**
大手チェーンに比べて資金力、人材力が潤沢ではない中小規模の会場においても十分に実践することが可能な戦い方をしっかりと持ち帰っていただけます。
- 5 講師6名・345分間の高い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セミナーにご参加頂くことを踏まえ費用対効果にもしっかりと配慮してプログラムを設計しました。

新規来館20%増を必ず実現する

真に
価値ある
時間を
WJセミナーシリーズ

ブライダル集客UPセミナー

動画やインスタグラムなど最新ツールの活用術からネット集客&ゼクシィ深掘り、ローカルエリア対策まで勝ち組ウェディング企業が実践するリアルな集客手法をたっぷり共有する7時間。



最新、最適の手法をキャッチし、実践した者だけが勝つ。それが今のブライダル集客。集客難の中でも新規来館数を高い水準でキープし続けている会場は、いったいどんな取り組みをしているのか? その秘密を知る“達人たち”に集まっただけ、丸1日かけて「集客を増やすこと」だけに特化して深掘りしまくる、なかなかレアなセミナーです。

新規来館20%増を必ず実現するブライダル集客UP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] 25,000円(税別)
 ●特別優待価格 [1名様] 23,000円(税別) (特別優待は以下の方が該当します)
 ・「ウェディングジャーナル」年間購読者
 ・昨年8月開催の『絶対調な式場がどのように戦っているかを現場トップから直接語ってもらうセミナー』の参加者
 ・昨年12月開催の「ポジティブプランナーのためのよければ1dayセミナー」の参加者
 ・昨年12月開催の「ブライダル経営者サミット」の参加者
 ・今年5月開催の『もっと成長したいプランナーのためのよければ1dayセミナー part2』の参加者

■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。

御社名	所属・お役職
申込みご担当者名	参加人数(数字を記入してください) 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ください
 「ウェディングジャーナル」の年間購読者
 昨年8月開催の「絶対調な式場がどのように戦っているかを現場トップから直接語ってもらうセミナー」の参加者
 昨年12月開催の『ポジティブプランナーのためのよければ1dayセミナー』の参加者
 昨年12月開催の『ブライダル経営者サミット』の参加者
 今年5月開催の『もっと成長したいプランナーのためのよければ1dayセミナー part2』の参加者

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



開催日時 5月22日(火)10:20~17:45 | 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5分)
 主な参加対象 ホテル・結婚式場・婚礼付帯企業の経営幹部・支配人・マネージャー、マーケティング・WEB・メディア担当の方
 参加費 [1名様] 25,000円(税別) / 特別優待価格 [1名様] 23,000円(税別) ※以下の方が該当します。
 ●「ウェディングジャーナル」年間購読者
 ●昨年8月開催の『絶対調な式場がどのように戦っているかを現場トップから直接語ってもらうセミナー』の参加者
 ●昨年12月開催の「ポジティブプランナーのためのよければ1dayセミナー」の参加者 ●昨年12月開催の「ブライダル経営者サミット」の参加者
 ●今年5月開催の『もっと成長したいプランナーのためのよければ1dayセミナー part2』の参加者

100名様
限定で開催

【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

※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。



新規来館20%増を必ず実現する

ブライダル集客UPセミナー

勝ち組ウェディング企業が実践するリアルな集客手法をたっぷり持ち帰ってください。

TIME SCHEDULE

10:20	START!	13:20~14:15	エッセンシャルズ&カンパニー 社長 江口 貴彦
10:25~11:25	バリューマネジメント マーケティング部 ゼネラルマネージャー 笠 正太郎	14:25~15:25	テイクアンドギヴ・ニーズ TRUNK BY SHOTO GALLERY プランニングデザイナー 瀧川 菜保子
11:35~12:30	フォーサイトクリエイション 社長 村田 雅利	15:40~16:40	ワールドサービス 執行役員 ウェディングスクエア事業部 部長 三澤 真喜
12:30~13:20	Lunch Break	16:50~17:45	フォーディメンション 社長 森山 圭

10:25 業界最先端の呼び声高いバリューマネジメントのWEB集客戦略&戦術 11:25 売上ギネスの会場が続出! 完全内製化で“成約確度の高い集客”を実現



笠 正太郎
バリューマネジメント
マーケティング部 ゼネラルマネージャー

1978年生まれ。リクルート社を経て、2009年バリューマネジメントへ入社。同社にてウェディングプランナー、宴会事業部を経験。宴会事業部時代に、当時はまだ珍しかったSEMにおいて、自社運用の実績を積み、2014年にマーケティング部へ異動。同社ウェディング会場の売上ギネスに貢献。ヘルソナマーケティングとアドテクノロジーの掛け合わせを得意とする。

このプログラムの見どころ

市場全体が集客難にあえぐ中、今なお既存店で過去最高の組数・売上が続くバリューマネジメント。躍進を支えているのが業界最強の呼び声高いマーケティング部隊の存在だ。集客の完全内製化を実現し、WEB制作・解析・運用をはじめ誌面制作、撮影等を笠氏率いる専従チームが一手に担う。中でも強みを発揮するのが、表示ルールやアルゴリズムが目まぐるしく変化し、競合の動きも激しいWEB集客の領域。緻密なターゲティングをもとにマーケと現場のバリューチェーンを一本化し、定量データに加え定性データも丹念に解析しながらPDCAを高速で回し、鮮度の高いナレッジを蓄積し続けている。「常に最先端を追いかけろ」という笠氏から、同社がどのように集客しているか、舞台裏を語ってもらいます。

14:25 「TRUNK BY SHOTO GALLERY」のインスタ運用術 15:25 フォロワー数3万超! 業界中が注目する“憧れの世界観”を生み出す舞台裏



瀧川 菜保子
テイクアンドギヴ・ニーズ
TRUNK BY SHOTO GALLERY
プランニングデザイナー

2011年4月、テイクアンドギヴ・ニーズに入社。アヴェリール迎賓館(名古屋)で数多くのウェディング経験を経て、2015年に現在のTRUNK BY SHOTO GALLERYに異動。ふたりに合った結婚式のプロポーザル作成から結婚式当日の担当までを一貫して行う「プランニングデザイナー」として活躍している。結婚式のセンスは業界内外の多くの人々から高く評価されており、会場の公式アカウントとは別に、個人のInstagramフォロワー数も現在2万を超えるまでに至っている。お客様からも多くの支持を集めており、担当のご指名を頂くことも。

このプログラムの見どころ 徹底研究 インスタグラム成功事例①

ブライダル業界におけるインスタ活用の先駆者として多くの業界人がその名を挙げるTRUNK BY SHOTO GALLERY。フォロワー数は式場として断トツの3万超。公式アカウントに加え、プランナーなどスタッフ約20名が個人アカウントを運用し全員で集客活動に取り組む。今回登壇する瀧川さんのフォロワー数はなんと2万を超えている。始めた当初はほぼ全員初心者だったが、週3回以上の投稿を心掛け、互いにリポストしながら、ハッシュタグの付け方やフォロワー数を伸ばすコツを共有しチーム全体のリテラシーを高めてきた。効果的だった具体的な数々の取り組み、個人と公式アカウントの相乗効果を高める工夫、「捨て写真」の使い方など“憧れの世界観”を生み出す舞台裏を披露してもらいます。

11:35 集客V字回復の秘策は「地方の勝ち組」にあり! 12:30 顧客流出市場でも新規来館アップを実現する4つの重要な打ち手とは?



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。

このプログラムの見どころ

「ブレイク中の施設の陰にこの人あり」と言われる村田氏。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と同時に、目標とする組数・単価から集客目標値を割り出し、そこに目をつ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が彼の真骨頂である。中でも近年成果を上げているのが地方の中小商圏での集客ミッション。地方では大都市部への顧客流出や媒体影響力の弱さもあり、普通に既存媒体を使うだけでは必要な新規来館を確保できない。その状況下でどのような手法を駆使して集客に成功しているのか?地方の勝ち組の参謀役として活躍中の村田氏から、ローカルマーケット特有の集客戦術を解説してもらいます。

15:40 インスタ経由で7割を受注する噂のWフォトスタジオのリアル集客術 16:40 コンテンツ選定、フォロワー獲得、イベント連動など“現在進行形のSNS活用ナレッジ”



三澤 真喜
ワールドサービス
執行役員 ウェディングスクエア事業部 部長

都内ゲストハウスで支配人として8年間従事したのち、ワールドサービスに入社。新規事業開発部マネージャーとして多数の婚礼施設や新規事業の立ち上げを経験。その後ウェディングスクエア事業部部長として、2013年ウェディングスクエア梅田、2015年SWITCH表参道、横浜、梅田、2016年ウェディングスクエア奈良、2017年ウェディングスクエア札幌の立ち上げを行い、いずれも事業を軌道に乗せる。店舗運営に加え、事業計画立案、施設コンセプトメイク、広告ビジュアル撮影、内装計画、広告運用といった多岐にわたる業務に幅広く従事している。

このプログラムの見どころ 徹底研究 インスタグラム成功事例②

集客の実に約7割を獲得する一方で、広告宣伝費は1/3に大幅削減。まさに「インスタの威力」をフル活用し成功しているSWITCH表参道。三澤氏によればフォロワーが4000を超えた頃から手応えが現れ、1万を超えた昨年は受注数が前年比倍増と一気に大ブレイクした。運用は元カリスマ卒花嫁のインスタグラマーが主体となって取り組んでおり、重視するのは「フォロワーとの関係構築」と「受注につながるコンテンツ」。プロモデルは起用せず、適齢期女子の目線を大事に、コメント、投稿時間帯、インフルエンサーとの接点作りなど細かく目配りし、外部企業とのタイアップなども積極的に仕掛けながら、現在進行形でナレッジが蓄積されている集客術のリアルを語ってもらいます。

13:20 新たな集客コンテンツ時代の到来 14:15 明日からできる!「動画マーケティング」の効果的な実践・活用法



江口 貴彦
エッセンシャルズ&カンパニー 社長

外資系コンサルティング会社であるアーサーアンダーセンを経て、(株)Plan・Do・Seeへ入社。ディレクターとして数多くの社内・社外プロジェクトを統括し、成功へ導く。その後、同社コンサルティング部門が分社独立するに伴い、取締役/マネージング・ディレクターへ就任。現在は、エッセンシャルズ&カンパニーの代表として、ブライダル・ホスピタリティ業界をもっと元気にすべく、各種活動を幅広く展開している。2017年4月より、明星大学経営学部の特任教授へ就任。東北大学大学院経済学研究科 修了(経済学修士)

このプログラムの見どころ

インスタでもムービー比率が増えるなど、あらゆるものが2次元から3次元へ移行しているにもかかわらず、ブライダル業界では具体的な導入が進んでいない動画マーケティング。その効果的な実践手法について、全国各地で数多くの導入・サポート実績を持つ江口氏から、先行するウェディング企業の事例紹介を交えながらポイントをわかりやすく解説してもらおうプログラム。チェックリストによる自会場の現状を知る方法や、顧客目線に立ってどのようなコンテンツが刺さるのか、動画版パーティーレポートの活用法、手元に動画コンテンツがなくても今すぐできる対応策、動画活用のトレンドや効果測定の方法など、明日から動画マーケティングを積極的に展開できるノウハウを伝授してもらいます。

16:50 決定版! 費用対効果を最適化する「ゼクシィ」パーフェクト攻略法 17:45 カスタマージャーニーの変化に対応するゼクシィnet&本誌“最新の使い倒し術”



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・式場のコンサルティングを手掛ける。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。

このプログラムの見どころ

集客の手段や経路が複雑化する中でも圧倒的な影響力を保持する「ゼクシィ」。ゼクシィnetとゼクシィ本誌という集客の王道ツールを、いかに有利に活用するかは、今なお集客の命運を握る最重要課題である。式場探しを行うカスタマーの行動調査を定期的実施している森山氏によれば、最近彼らの行動パターンにある変化が現れており、ゼクシィを軸にHPや口コミ、SNS等を組み合わせる上での最適解も大きく変化しているという。クラスターやAMSの有効活用、データ分析術、ゼクシィnetのとおきの裏技や担当者との交渉術など、ゼクシィの“表”も“裏”も精通する森山氏から、ブライダル集客の絶対的インフラを最大限に使い倒すためノウハウを伝授してもらいます。

※プログラムやタイムスケジュールは一部変更が生じる場合がありますので予めご了承ください。