



蔵田経営会計事務所（東京都渋谷区）

2008 年開業。代表・蔵田陽一。開業当初から、顧問料「月額 1 万円からの会計事務所」というコンセプトを打ち出し、IT 関連企業を中心に顧問先を拡大。代表の蔵田氏は、税理士業界の活性化を目的とする一般社団法人中小企業税務経営研究協会の代表理事を務める。顧問先数は約 300 社。従業員 8 名

こんな方法もあったのか!?

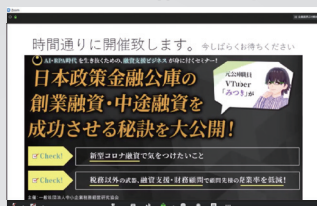
スマートに省力化された、 ウェビナー営業の「全録」スタイル

取材／蔵田経営会計事務所（東京都渋谷区）蔵田陽一氏

開業一年目から独自のマーケティング手法で成長を続け、異彩を放つ経営を行っている蔵田経営会計事務所代表の蔵田陽一氏は、同業者向けの経営の研究会「一般社団法人中小企業税務経営研究協会（税経会）」の代表理事も務めている。会員数は 250 事務所を超え、現在も増え続けている。協会のサービスもさることながら、ここでも蔵田氏のマーケティング技術が際立つ。その一端は、独自のウェビナー営業スタイルにも垣間見ることができる。（文・武田司）

“全録”Webinarのタイムライン

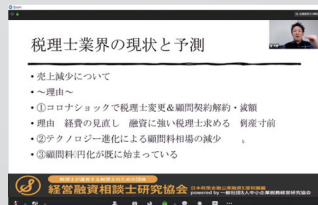
●セミナー開始前のご案内



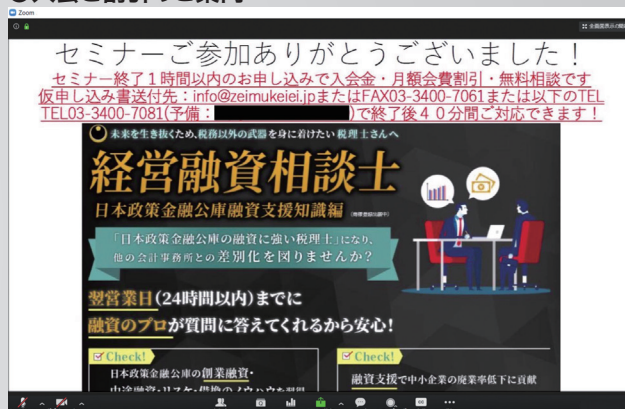
●司会からのご案内



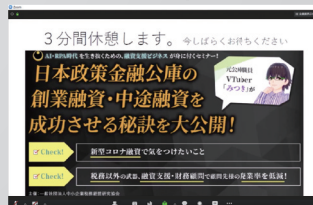
●講義スタート



●入会と割引のご案内



●休憩時間のご案内



ウェビナー開催で、申込も成約もアップ！

—ウェビナー開催に変えて、何がどのように変わりましたか？

ウェビナー開催の方が、集客の効率が良く、さらに成約率も高まっています。

まず、日本全国、移動費なしで参加できるのが受講者さんの大きなメリットです。また、受講者さんのスケジュール等を踏まえ、従来なら1か月前から告知をするようにしていましたが、ウェビナーなら直前の告知でもお申込みいただけることが開催側のメリットです。

メールリストの件数や広告費は変わっていませんが、従前の1.5倍くらいに受講者数は増えています。—成約率も上がっていますか？

セミナー営業には難しい問題があり、その最たるものが、「場

の雰囲気」に成約率が左右されてしまうことです。ですから、会場の雰囲気を作っていくことがリアルセミナーでは重要で、特に参加人数が大きく雰囲気づくりに影響します。例えば受講者が10名のときに入会率が良くても、30人、40人になったら入会が3倍、4倍になるかといったところではありません。申込の「率」は確実に下がるものだと思います。—それはなぜでしょうか？

受講者が多ければその分、申込に進まない方の人数が増えますので、そうした方の動きに、迷っている方の意思が引っ張られてしまうからです。

しかし、ウェビナーの場合は異なります。ウェビナーはパネルディスカッション型で視聴者参加型のスタイルにも設定できますが、私たちのウェビナーでは受講

者は視聴するだけの設定にしています。そのため、まわりの受講者の動向などは分かりませんので、受講者は視聴したものの内容だけで判断するようになります。

この影響か、これまで入会率が25%ほどだったものが、現在は30～40%、場合によっては半数以上が入会する回も出てきています。

—セミナーをオンラインにするだけで、入会率が上がるものですか？

ウェビナーの内容や商品・サービスにもよりますが、弊社ではそういう結果になっています。

一般的には、セミナーが終わった後に、受講者のステータスを色分けして、確率の高い人からフォローしたりしながらクロージングしていくと思います。

しかし、弊社ではそうしたことをしておらず、ウェビナー終了後

に入会のご案内スライドを投影しているだけですが、それでもお申込していただけます。

工夫しているのは、ウェビナー終了後40分間にお申し込みいただいた場合に割引を行う特典を設けていることと、この時のお申し込みは「仮申込」としていることです。これは、CM終了後にオペレーターを増員して対応するテレビショッピングの方式と同様です(笑)。

この40分間に、電話やメールでのご相談も受け付けていますが、税理士同士の信頼感もありますので、多くの方はそのままお申し込みいただいています。その点は、世間一般とは異なるかもしれません。仕組みとしては、仮申込後に、ご決済いただくことで、本入会としています。

ウェビナーの途中で受講者同士で会話をさせたり、終了後に面談を行ったり、場を盛り上げていく仕掛けを作れば、さらに入会率は高まるかもしれませんが、私たちのウェビナーではそうしたことも行っていません。

セミナー開始前から、セールスまで「全録」

—ウェビナーは、ライブ配信で行っているのですか？

いいえ。ライブではなく録画です。それも、講義部分だけではなく、セミナーの前と後、司会進行や休憩時間のご案内も含めて、丸々1本の動画にしています。セミナー開始30分前に再生して、あとは終了後に告知が終わるまで、2、3時間再生し続けるだけです。

ただし「ライブ」セミナーとは謳っていないのですが、参加者が

視聴しやすいように、収録した動画は、司会の案内、講師のやり取りも含めて、ライブ感のあるように作り込んでいます。

—最初から最後まで、流しっぱなしですか？

はい。もちろん、トラブル対応やご質問への対応のため、裏では私が待機しています。

このようなやり方のため、先日は弊会のウェビナーを開催しながら、私は別のウェビナーを受講していました。来月には、弊会のウェビナーで私が講義しているのと全く同じ時間に、別のウェビナーに私が録画で登壇することが決まっています(苦笑)。

—「大人の事情」が許されるということですね(笑)。セミナーからの成約率は、場の雰囲気左右されるとのことでしたが、「生配信」である必要はないのでしょうか？

「録画」セミナーと言うと、いつでも見られるという心理が働くでしょうから、ライブである方が集客面では良いと思いますが、「生配信」でなければならないわけではないと思います。成約率に必要なのはライブ「感」であって、ライブであるかどうかはそれほど影響しないと思います。

—なるほど。では、収録している動画の内容について、詳しく教えてください。

例えば、3本の講座で構成されるウェビナーで、講義の合計の時間が2時間45分なら、セミナー開始前30分とセミナー終了後40分も含めて、3時間55分の動画を一本のファイルで作成します。

ウェビナーでは、早くから入室する方がいますので、動画は30分前のパートから作っておきます。セミナー開始までは、「セミナー開始までしばらくお待ちください」というスライドを流しています。セミナー開始前に司会のア

ナウンスが流れ、「それでは〇〇先生、よろしくお願いいたしますします」というフリで、講義が始まります。こうしたところは、通常のセミナーの進行と変わりはありません。

講座と講座の間には、司会から、休憩時間のアナウンスも流します。同じ動画を繰り返して使用する場合は、決して「14時から」などの「絶対時間」を言うてはいけません(笑)。

動画は、講座終了後に、入会と割引のご案内スライドを投影し続ける(40分間)ところまでがセットになっています。

—ウェビナー中は蔵田先生が待機して、受講者からの質問事項などにお答えしているとのことでしたが、ほかのゲスト講師に対する質問があった場合はどうしていますか？

ゲスト講師には、この時間帯に質問があるかもしれないことを事前に連絡していますので、質問があったときはチャットで、私からお聞きします。実際には大抵の質問が、私が答えられる範囲の内容のものです。どうしてもゲスト講師にお聞きしたいという場合は、「後日、連絡させます」などと対応しています。

—ほかに、このスタイルでウェビナーを行うときの、注意点はありますか？

私たちのように、進行までを含めてすべて事前に録画しておけば、ライブでウェビナーを行うより難しいことはないと思います。私たちはこのスタイルで、月に2回、11時～、14時～、17時～の3本立てでウェビナーを行っています。

質問への対応がなければ、当日のオペレーションは誰でもできます。ですから、リアルセミナーに比べて、非常に効率的になっていると思います。■

本稿で紹介した
協会、セミナーの
ご案内はこちらから

●税理士が経営マーケティングを相談できる
「一般社団法人中小企業税務経営研究協会」
<https://zeimukeiei.jp>

●経営融資相談士研究協会
<https://keieiyushi.zeimukeiei.jp/seminar/>
●相続手続相談士研究協会
<https://zeimukeiei.jp/souzoku/seminar/>
●事業再生救済士研究協会
<https://jigyo-saisei.zeimukeiei.jp/seminar/>