



ZOOMオンライン講座構築 実践アカデミー **STEP1**

Zoom&オンライン講座のコンセプト設計

TAKAKO TAKAHAHI PRESENTS

ZOOM講座 & オンライン講座のコンセプト設計

1

教室集客の仕組みと全体像(HPとSNSの使い方)

2

HPとZOOM講座とオンライン講座の関係性

3

教室のコンセプトの作り方 独自ブランディング構築法

4

教室のZOOM講座の特徴&講座コンセプト設計

5

教室のオンライン講座の特徴&講座コンセプト設計

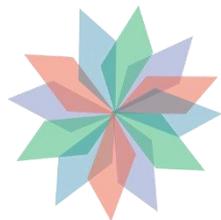
6

講座コンセプトを表現&集客文章ライティング術



Welcome!!

STEP1のテーマは【コンセプト設計】



CONTENT 1

教室集客の仕組みと全体像 HPとSNS

WEB集客のポイント

集客

見込み客を集める

育成

見込み客に価値観、必要性を伝える

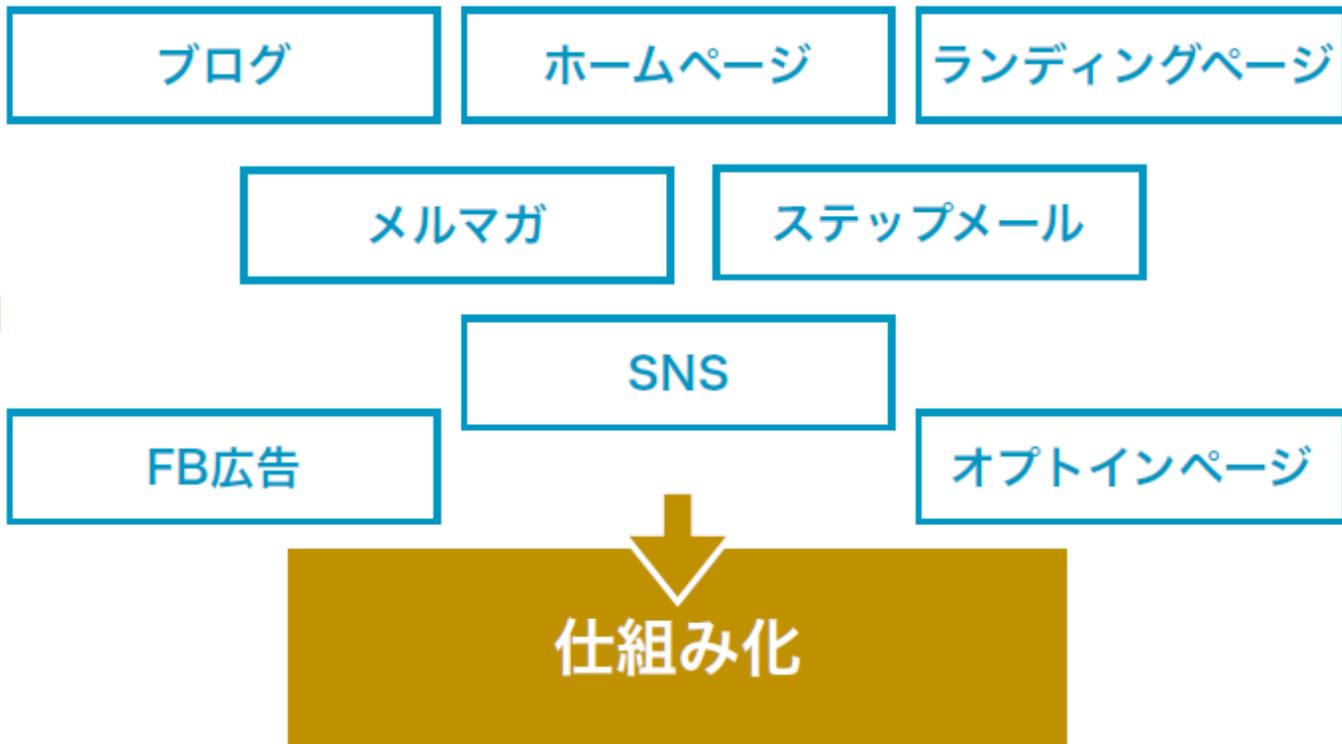
販売

見込み客を顧客化する

維持

定期的に接触して、LTVを上げる

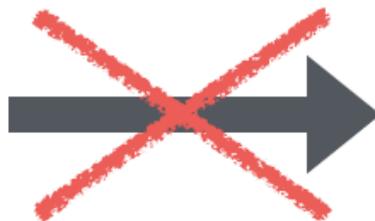
導線設計がバラバラ



導線設計がされていないと、、

ブログ
ホームページ
Youtube
Facebook
Twitter
メルマガ

導線なし



いくらアクセスを集めても
売上にならない

売上

導線設計がされていると

ブログ
ホームページ
Youtube
Facebook
Twitter
メルマガ

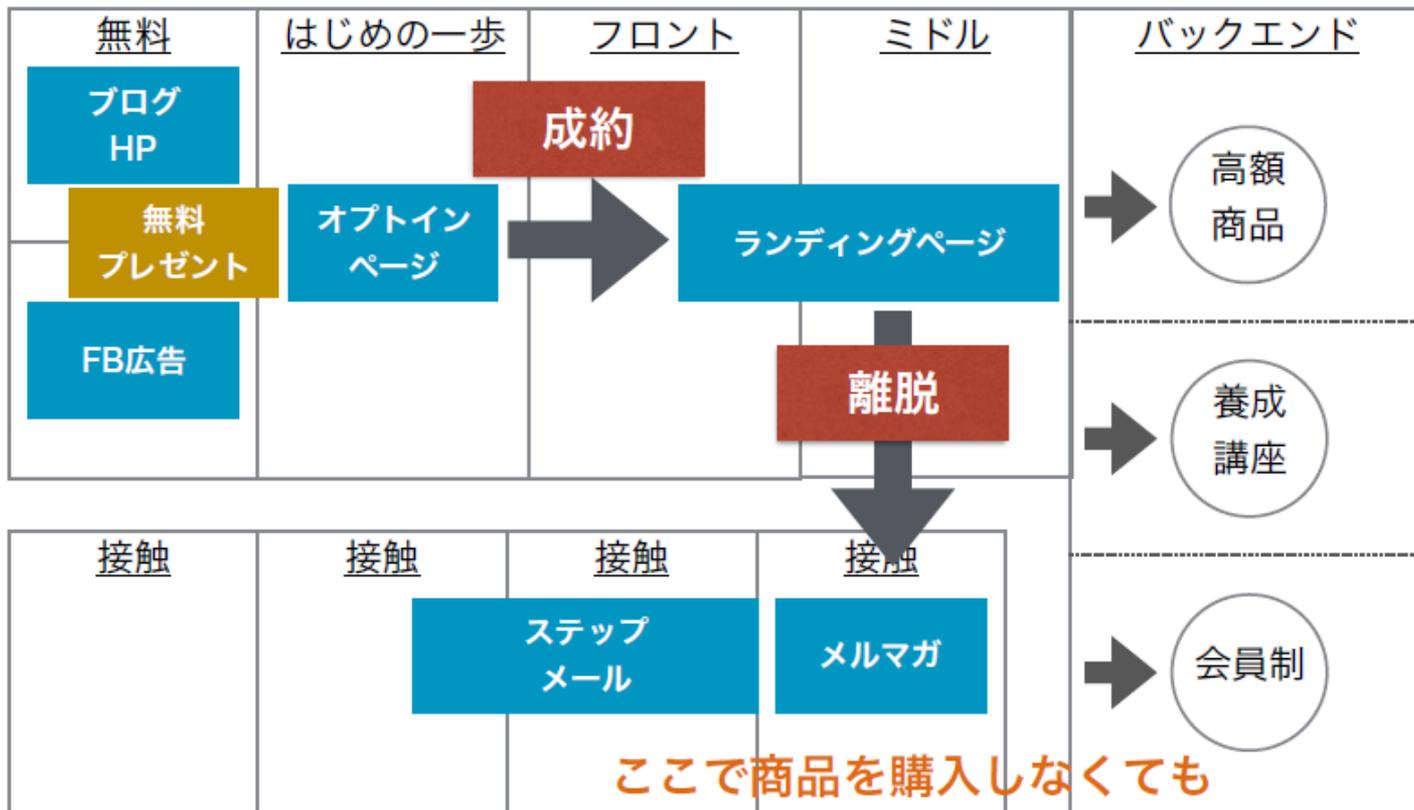
導線あり



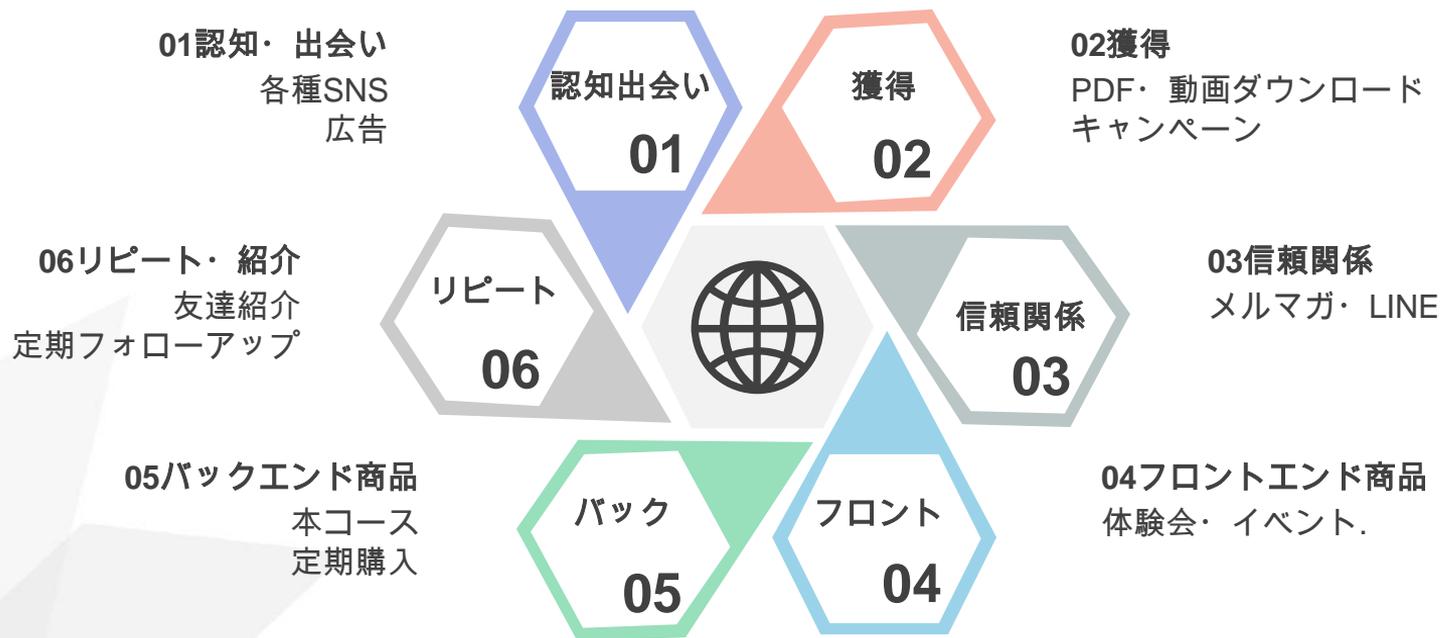
売上

アクセスを集めれば集めるほど
売上に直結する

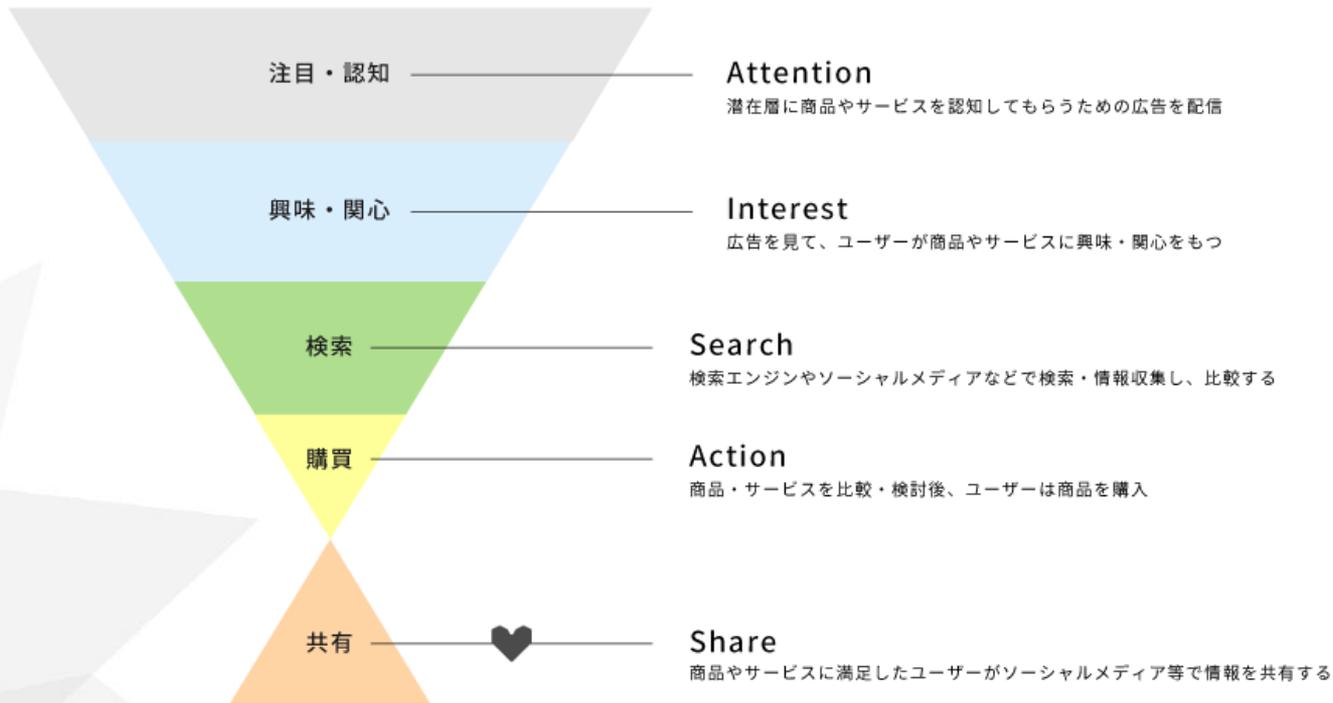
ビジネスモデルの全体概要



ビジネスモデルの業務フロー



お客様の購買行動



The image features a central white circle containing the text "Content 1" and "END". This circle is surrounded by a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. The background is white, with additional clusters of these colorful triangles in the top-left and bottom-right corners.

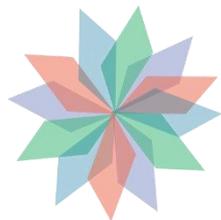
Content 1

END

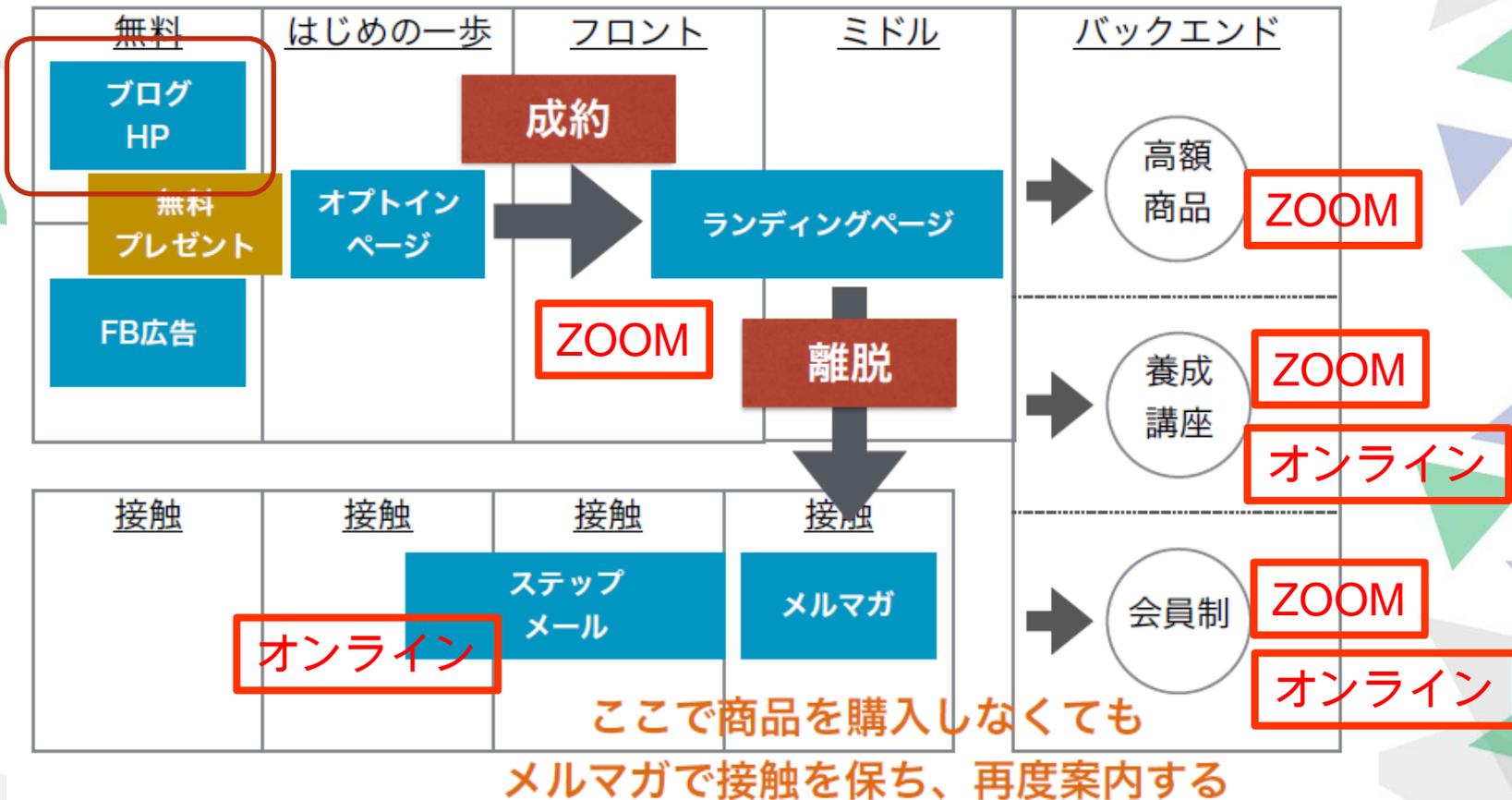


CONTENT 2

HPとZOOM講座とオンライン講座の関係性



HPとZOOM講座とオンライン講座の関係



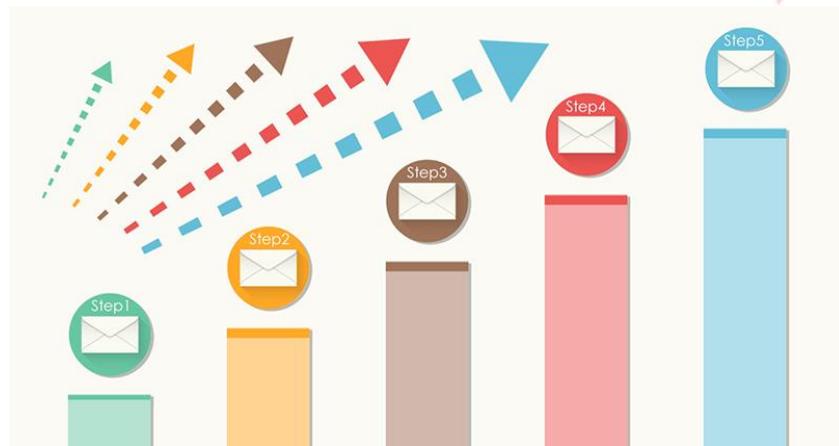
ZOOM講座が有効なシーン

- ① 体験会 (フロントエンド)
- ② 高額商品 (バックエンド)
- ③ 養成講座 (バックエンド)
- ④ 会員制 (バックエンド)



オンライン講座が有効なシーン

- ① ステップメール (ステップメール)
- ② 養成講座 (バックエンド)
- ③ 会員制 (バックエンド)

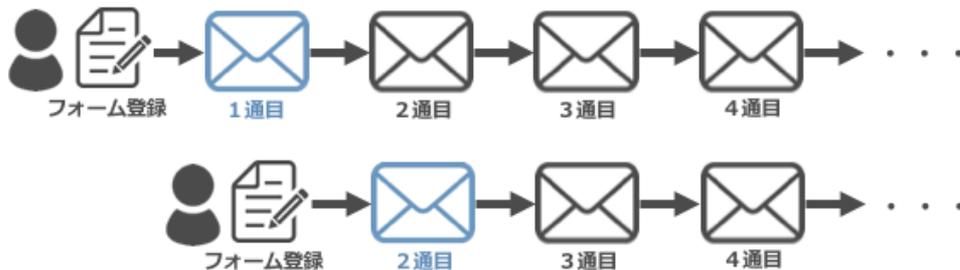


ステップメールの仕組み

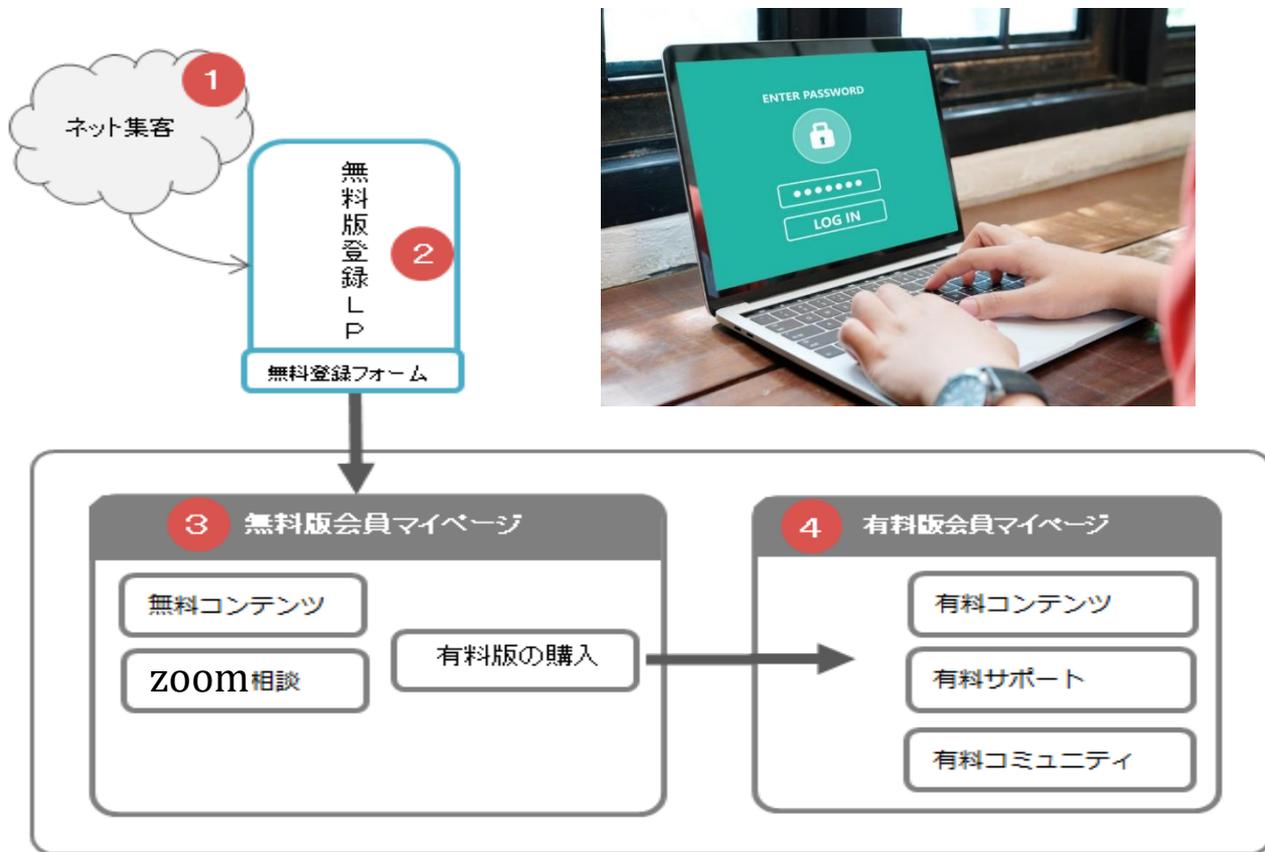
ステップメール：必ず1通目から配信される



メルマガ：フォーム登録した時点以降のメールから配信される



会員制サイトの全体概要





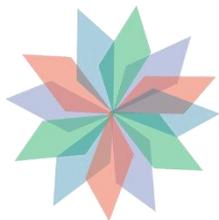
Content 2

END



CONTENT 3

教室のコンセプトの作り方 独自ブランディング構築法



コンセプトメイクの基本

5W1Hでコンセプトを細分化して考えよう

What

何を？

商品、サービス内容など

Why

なぜ？

業態、店名を選んだ理由

Where

どこで？

立地、エリア

When

いつ？

営業時間

How

どうやって？

広告や集客、
サービスなどの
方法

Who

誰に？

ターゲット層



パン教室 & マクロビ教室のコンセプト

7つの天然酵母パンを楽しむ横浜のパン教室

Atelier Libra
アトリエ リブラ ～写真と天然酵母パンを楽しむ教室～

080-7018-6303
お問い合わせ・お申し込み
info@a-libra.com

ホーム コースのご案内 生徒様の声 プロフィール アクセス お問い合わせお申し込み

パンの女性の贈り物
プレゼントしたくなる
おしゃれな
天然酵母パン

7つの酵母を選び、練く7つのパワーを手に入れる
天然酵母パン教室
Atelier Libra 77002777

高船女子のメールマガジン

【料理教室開催7つの輪講座】
お名前(姓名):
メールアドレス:
登録

アトリエリブラのパン作り
パンメーカーとは

SCHOOL

わからないを解決する
迷える子羊 救済セミナー

> WEBに強い教室を作る!パン・お菓子教室開業講座

<https://a-libra.com/>

Atelier Libra
タカハシタカコ美容食学

アクセス
080-7018-6303

ホーム 美容食学とは? プロフィール 講座紹介 体験会 お問い合わせ
HOME ABOUT PROFILE COURSES TRIAL CONTACT

外側のキレイから内側のキレイへ
～食べる美容法で美しさと健康を手に入れる～

体験会に
参加しませんか?

あなたがキレイになると、
まわりの人も健康になるワケ

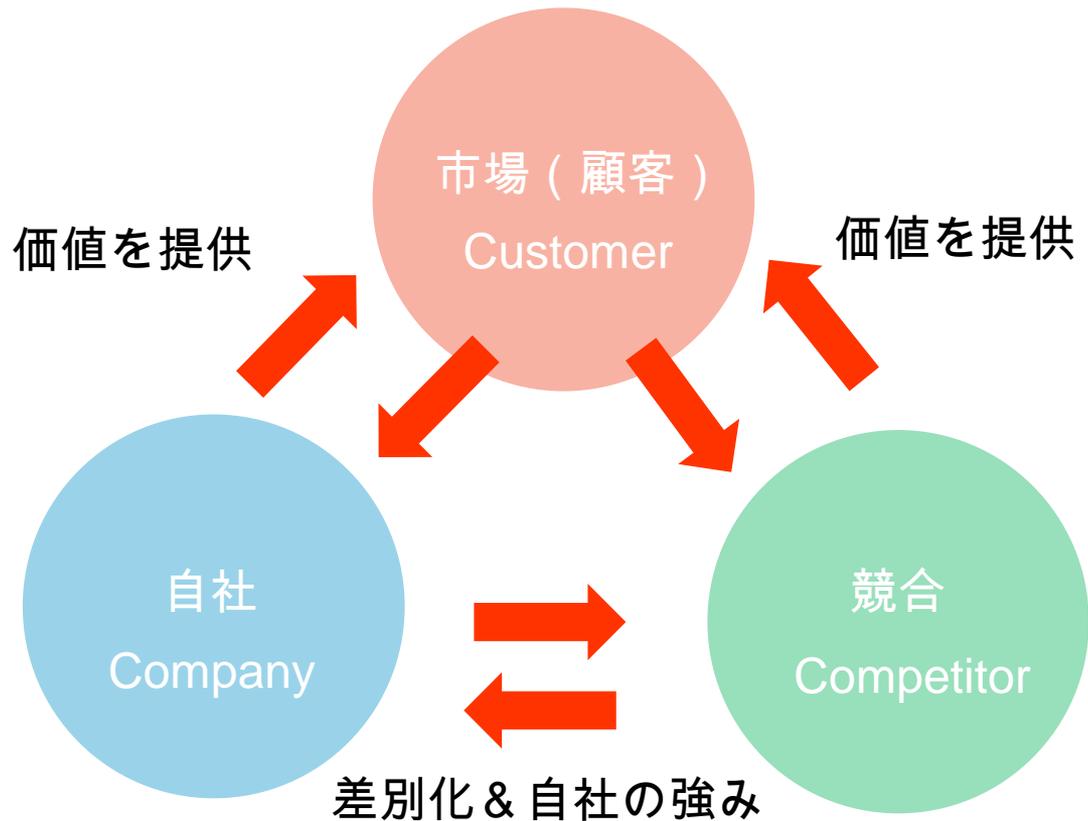
つづきを読む

タカコに
直接相談する

CLICK

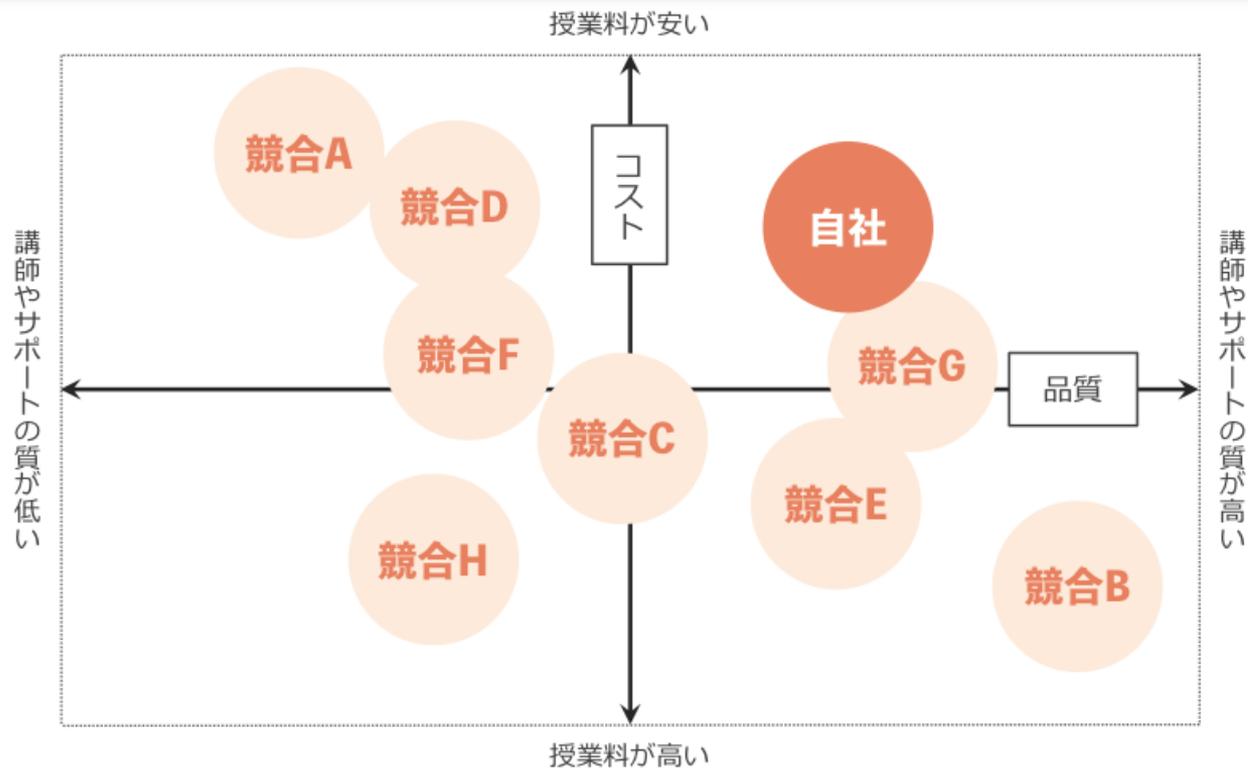
<http://b-lifestyle.net/>

3C分析～市場・自社・競合～



ポジショニングマップ

● ポジショニングマップ



The image features a central white circle containing the text "Content 3" and "END". This circle is surrounded by a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. The background is white, with additional clusters of these colorful triangles in the top-left and bottom-right corners. The text is centered within the white circle.

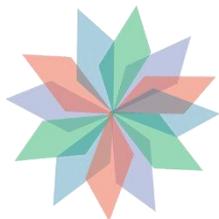
Content 3

END



CONTENT 4

教室のZOOM講座の特徴 & 講座コンセプト設計



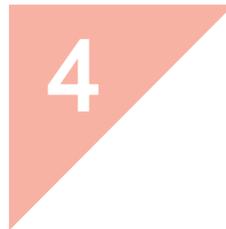
教室業のZOOMレッスンの需要

①遠方で通えない人も参加

交通費と時間がネックの生徒さんにとっては大きな障害が無くなり
商圏が全国区に広がる

②天候に左右されない

大雨・台風・大雪など気象状況が悪くても遅延なども気にすることなく確実にレッスンが開催できる



③録画が見れる

生徒さんにとっては満足度アップになり、当日参加できない人にも同価格で販売することも可能に

④自宅の道具で再現性アップ

教室の道具ではなく自宅の道具で参加するため、再現性が高くなる

講座コンセプト設計



マーケットイン:「お客様ニーズを把握し、それを満たす製品やサービスを提供していくこと」
プロダクトアウト:「会社の方針や作りたいもの・売りたいものを基準に商品開発を行うこと」



ZOOMオンライン講座は**マーケットイン**で設計する

プロダクトアウトとマーケットイン

プロダクトアウト

作れるモノ

方針

企業

会社の方針・何を作りたいのか
何を作れるのかを考えて、商品開発をする



市場

マーケットイン

市場調査

企業

消費者や顧客のニーズを
徹底的に分析、解析して商品開発をする



市場

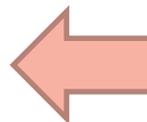
> プロダクト・アウト



企業主体の発想で
商品を開発



強いニーズを持つ
顧客を見つけ出す

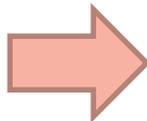


従来型の教室業の 作り方



自社の強みや技術を活かして新商品を開発し、
その商品価値を広げて潜在ニーズを持つ顧客の最大化を図る。

現代型の教室業の 作り方



> マーケット・イン



対象となる顧客を定め
調査・課題を抽出する



課題を解決できる
商品を考える



自社の強みや商品提供領域は気にせず、
ターゲットが困っている課題を抽出しその課題を解決できるアイデアを創出。



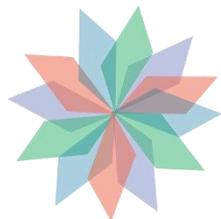
Content 4

END



CONTENT 5

教室のオンライン講座の特徴 & 講座コンセプト設計



教室のオンライン講座作成ステップ



①コンセプト設計



誰に、何を
マーケットインで
コンセプト設計。



②動画撮影



シナリオに沿った
撮影を行う
撮影手法も各種あり



③YouTube アップ



YouTube限定公開
または
Vimeoにて動画
アップ

④LPにて集客



ペライチなどで
LPを作り集客 &
成約 & 集金



オンライン講座参考

Udemy



10万件

<https://www.udemy.com/>

ストアカ



4千件

<https://www.street-academy.com/>

Content



66万人

<https://gacco.org/>

高橋貴子のオンライン講座のコンセプト

しっかり稼げる自宅教室の開業・集客 バイブル THE MOVIE

[ホーム](#)[第1章](#)[第2章](#)[第3章](#)[第4章](#)[第5章](#)[第6章](#)[第7章](#)[第8章](#)[第9章](#)[動画の視聴について](#)[注意事項](#)

受講生の方へ

[🎥 動画の視聴方法](#)[📍 お問い合わせ](#)[⚠️ 必ずお読みください](#)

目次

[📖 第一章](#)[📖 第二章](#)

HOME >

第1章 パン・お菓子教室開業七つの成功ポイント

[📖 目次](#) [\[非表示\]](#)

1. プロローグ
2. イントロダクション
3. はじめに
4. 1-1 教室経営に向く人、向かない人分

教室のオンライン講座の実務ポイント

- ① 組み立て
- ② 話し方
- ③ 想像力
- ④ 準備
- ⑤ 時間
- ⑥ 罪悪感
- ⑦ 成功体験をさせる



ゴールは
成功体験



参考動画 : <https://youtu.be/SVcV6aYz2Ms>

The image features a central white circle containing the text "Content 5" and "END". The background is decorated with a circular arrangement of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. There are also some triangles in the corners, including a grey one in the bottom right.

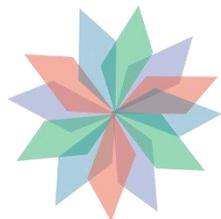
Content 5

END



CONTENT 6

講座コンセプトを表現
&集客文章ライティング術



WEB文章 3つの目的

「何のための文章か」
「誰に向けた文章か」

- 1、情報を伝える
- 2、行動をうながす
- 3、コミュニケーション



文章作りの実務ポイント

文章編 1. 女性が理解できるのは専門知識ではなく、
自分が使うコトバ

売り手目線の言葉ではなく買い手目線の言葉
お客様が知りたいことは、
専門知識ではなく、具体的な生活の変化



商品やサービスの説明は、
お客様が普段使う言葉で表現する

文章編 2. 女性の購買アンテナは 擬音語、擬態語でピン！とくる

擬音語は「体感」をイメージしやすい

例：ツルツル・もちもち・くるくる

さっぱり・すっきり・サクサク・ぴったり など
体感をイメージしてもらえると売れやすくなる



商品やピンとくるキャッチコピー
で気持ちを言葉にする

文章編 3. お客様はホントは自分の事をよくわかっていない。だから〇〇が必要

お客様は自分のことがわかってない

だから「疑似体験」が必要

無料体験がベストだか、すべては不可能

サイト上で体験をしている気分になってもらう



商品や理想の未来をWEB上で
バーチャル体験
現実に近ければ購入につながる

文章編 4. 文章から人の顔が見えるような工夫をするコツ

ネット上の買い物は人の顔が見えない

だからこそ、ひとけがあると親近感が湧く
大手にはできないリアルな接近戦が効果的



「人間味」ある情報が喜ばれる
女性は「現場感&リアル」を評価

文章編 5. ナンバーワンより オンリーワンの特長の見つけ方

選ばれるためには「**あなただけ**」の魅力が必要
他社には負けない**1番**になれる場所を作る

ではどうやって見つけるのか？



実際に購入した方の感想から、
一番の決め手をWEBサイトで表現

文章編 6. お客様の不安を解消して、 購入へ向かわせるモノとは

不安を払拭するメカニズム（損したくない不安）

①社会的権威（例:金賞受賞！ランキング1位など）

②無料体験

それよりも簡単に不安を取り除く方法は、、



実際先に購入した人の「良かった」の
声が安心&信頼につながる

文章編 7. 女性は数字が苦手ってホント？

客観的な数字を知りたい男性

→スペックを購入前に時間をかけて比較したい

自分の直感を後押しする数字が欲しい女性

→具体的は変化を先に購入した人から推測する



「直感」を後押しするデータや
購入者の声から数字を伝える

文章編 8. スマホ時代のコピーライティングのコツ

ぱっと見たときに目に飛び込む「**ことば**」が必要

スマホを意識した**文体**が必要。
一文短く、かんたんな言葉で伝える



スマホを意識したレスポンスイブデザインの
WEBサイトに対応

売れる文章の流れと構造

PASONA の法則



P

問題：Problem

A

親近感：Affinity

S

解決策：Solution

O

提案：Offer

N

絞込み：Narrowing down

A

行動：Action

参考：<https://www.amazon.co.jp/dp/4478067481>



Content 6

END



Thank you