

10/7(月・友引前)

13:00~17:00

会場：都市センターホテル

(東京・永田町)

講師：小泉 悟志氏

総合ユニコム「フューネラルビジネスセミナー」のご案内

地域の生活者が葬儀を必要とするときに、自社が一番に想起されるようになるために！
主要な販促施策の精度を高めながら、複合的な展開で件数増への最大効果を目指す

施行件数アップへの 販売促進活動と成果検証手法

■ 受講特典：「販促活動表」の
エクセルファイルを提供！

中小葬祭事業者のためのセールスプロモーション力向上講座

葬儀社の成長方程式「**施行件数**×(単価+アフター売上げ+喪家外売上げ)」における
施行件数アップをテーマに、**Web・チラシ・看板・葬儀ホール**など
主要販促メディアの複合的な展開と検証方法をブラッシュアップ！

ご案内

日常生活において情報の入手方法の多様化がますます進むなか、葬儀社のセールスプロモーションにおいても、一つの施策だけで受注のファーストコンタクトを獲得することは難しくなっています。チラシや看板に加え、広告やCM、セミナーやイベント、ホームページ等のWeb上での情報発信など、現在の葬儀社のマーケティング・販売促進活動における選択肢はひと昔前と比べ格段に増えて負担が増しているだけでなく、他社との競争においても、より効果の高い活動が求められています。しかし、問合せなど行動につながった有効な要因をアンケートで検証しようにも、その時のお客様は無意識であり、おおよそ一つくらいの回答しか得られないのが現状です。これを真に受け、例えばコロナ禍においてこれまで行っていたチラシ配布を中止した企業が、その後施行件数が落ちてしまったというケースもあります。地域において葬儀の相談を周囲になかなかできなくなった昨今、いざという時に当事者が最初に自社を想起し、そのまま問い合わせさせていただくために、日頃から生活の様々なシーンに露出して認知度や信用の向上を図り、一人ひとりの心の中のシェアを高める地道な活動が再び重要になってきています。

本講座では、多様な販促施策をその役割や性質から整理するとともに、葬祭業にとって必須と考えられる施策の精度アップを図る具体的なポイントや、複合展開における検証方法を学び、施行件数の増加を目指します。自社での実践に向け、経営者ご自身はもちろん、その右腕となる方々も一緒にぜひご参加ください。

参加申込書

施行件数アップへの 販売促進活動と成果検証手法

●会社名(フリガナ)	●貴社業種
●振込予定日(月 日)	●振込先(銀行名)
●当日現金支払い希望… ☐	●振込先(口座番号)
●ご担当者名(フリガナ)	●ご担当者名(フリガナ)
●所在地(〒)	●所在地(〒)
TEL. ()	FAX. ()
●出席者名①(フリガナ)	●所属部署・役職名
●E-MAIL	
●出席者名②(フリガナ)	●所属部署・役職名
●E-MAIL	

開催概要

開催日時 2024年10月7日(月・友引前) 13:00~17:00

定 員 20名(申込み先着順)

※葬祭業界のコンサル業の方の参加はご遠慮願います。

会 場 都市センターホテル

東京都千代田区平河町2-4-1 TEL 03-3265-8211

※詳しい会場案内図は参加証にてお知らせいたします。

参 加 費 55,000円 (1名様／消費税及び地方消費税を含む)

●同一申込書にて2名様以上参加の場合、

48,400円 (1名様につき／消費税及び地方消費税を含む)

※テキスト代を含む。

持 ち 物 ノートパソコン(持参できない場合はご連絡ください)

主 催 総合ユニコム株式会社

FUNERAL BUSINESS

〒104-0031 東京都中央区京橋2-10-2 めり彦ビル南館6F

TEL 03-3563-0025(代表)

ダイレクトメールの送付先変更・中止をご希望者は、お手数ですが、封筒ラベルにご要件を記入の上、弊社企画事業部(FAX.03-3564-2560)迄ご連絡ください。

お問合せ先／総合ユニコム(株) 企画事業部 TEL.03-3563-0099(直通)

ネットでお申込み <https://www.sogo-unicom.co.jp>

FAXでお申込み 下記URLの弊社ホームページからもお申込みできます。

0120-05-2560 (不通時はFAX.03-3564-2560)

●お申込み方法

・【インターネットでのお申込み】 弊社HPの該当セミナーのページよりお申込みください。詳細は弊社HPをご覧ください。

・【FAXでのお申込み】 左記「参加申込書」にご記入後、上記FAX番号にてお申込みください。参加者宛に「参加証／請求書／銀行振込用紙」を郵送いたします。

・【開催直前や当日の申込受付】 開催直前や当日でも空きがあれば受け付けます。その場合は、メールまたはFAXにて「受講案内」と「支払方法」をご連絡いたしますので、必ずメールアドレスかFAX番号の明記をお願いいたします。

・当日は「参加証」をご持参いただき、受付に「お名刺1枚」と共にお渡しください。

●参加費のお支払いについて

【インターネットでのお申込み】

・弊社HP経由でのお申込みに限らず、クレジットカード決済が銀行振込かの選択が可能です。なお、クレジットカード決済はお申込み時のみ承りますのでご注意ください。銀行振込の場合は、下記FAXでのお申込みの項目をご確認ください。

・当日現金でのお支払いも可能です。お申込フォーム備考欄にその旨をご記入願います。

【FAXでのお申込み】

・参加費は「請求書」到着後、原則として開催3営業日前迄にお振込み願います。

・お振込みが開催後日になる場合は、左記「振込予定日」欄にご記入ください。

・お振込手数料は貴社にてご負担願います。

・当日現金でのお支払いも可能です。「当日現金支払い希望」欄に☑印をご記入願います。

●お申込者が参加できない場合について

・代理者にご出席いただけます。既送の「参加証」と「代理者のお名刺1枚」をご持参のうえ、当日会場受付までご来場ください。

●キャンセルについて

・開催3営業日前(土日祝日、年末年始を除く)迄に、弊社宛に「会社名／氏名／電話番号／返金先銀行口座(お振込済みの場合)」を明記の上、FAX.03-3564-2560宛に必ずご連絡ください。返金手数料として3,000円(1件毎)を申し受けます。なお、開催2営業日前以降のキャンセルにつきましては、全額をキャンセル料として申し受けます。その際には当日配布資料を参加者宛にご送付いたします。

●その他ご連絡事項

・お座席は受付順を基本に当方にて指定させていただきます。

・講演中の録音・録画、携帯電話等での通話はお断りいたします。

・講演中のPCの使用は可能ですが、使用の際には周囲へのご配慮をお願いします。

・ご記入いただいた個人情報、弊社商品案内ならびにセミナーの適切な運営、参加者間の交流促進のために利用させていただきます。

・主催者や講師等の諸般の事情により、講師変更や開催を中止する場合がございます。その際には弊社より参加者にご連絡させていただきます。

・開催中止の場合には受講料を返金いたしますが、それ以外の理由では返金できません。

また、開催中止の際の交通費の払い戻し・キャンセル料の負担はいたしかねます。

O-0320241004-060

施行件数アップへの 販売促進活動と成果検証手法

セミナープログラム

13:00~17:00 (※途中休憩を挟みながら進行してまいります)

1. シェア率向上に向けた販売促進活動

- **地域施行シェア率No.1を目指す理由**
 - ・ 競合に負けないために、いま重要な「マインドシェア(想起率)」
- **施行件数を増やすための指標**
 - ・ 現在の受注経路と販促・マーケティング活動を整理する
 - ・ 主要項目と目標設定の考え方
 - ・ 想起させる手法でマインドシェアを高める
- **『販促活動表』による販売促進活動のマネジメント**
 - ・ 葬祭事業の主要チャネルを「①Web×②チラシ×③看板×④葬儀ホール+⑤その他」とした理由
 - ・ 広告宣伝の各種活動の内容・影響・効果を「見える化」する方法とは
～ 到達効果数の数値化
- **いかに複合的に展開して「到達効果」を高めるか**
 - ・ 想定認知率、効果率の設定
 - ・ ポイントによる評価、到達効果の予測と検証
～ 毎月の仮説と実際、基準値・効果率の修正等
 - ・ 予算の適正配分について
～ 仮説とポイント評点、施行件数との関連性を分析する
- **先行事例にみる取組みのイメージ**

2. 葬祭事業における主要チャネルの精度を高める

- ① **Web(ホームページ)の販促効果を高めるポイント**
 - ・ 葬儀社の「ホームページ」の目的と役割
 - ・ 現在の消費者行動に即した、売上最大化を図るためのWebサイト構成ノウハウ
 - ・ Webページの効果を検証する指標と訪問者数を増やす方法
 - ・ 「SNS」「ブログ」「動画」「LINE」等、葬儀社の販促活動と相性の良いのはどれか?
 - ・ 「検索」対策の基本
- ② **チラシ・広告の特徴とポイント**
 - ・ 葬祭マーケティングにおける「チラシ」と「広告」の違いと役割
 - ・ チラシ制作のセオリーとNG、効果を高める目的別チラシの訴求ポイント
- ③ **看板の貢献度と評価ポイント**
 - ・ 地域密着型産業の葬祭業における「看板」の役割
 - ・ 看板掲出のセオリー(場所:ロードサイド・街中・駅等、数・立地・掲出情報等)、他社との差別化
- ④ **葬儀ホールを宣伝効果視点で活かすためのポイント**
 - ・ 日々の稼働のなかで自社の存在をアピールする
 - ・ Web、チラシ、看板、他との連動
- ⑤ **その他の施策**
 - ・ イベント、SNS etc.
～ 各種取組みの目的とポイント

3. 質疑応答・まとめ

※本講座または終了後に、販促活動表のエクセルファイルを参加者に配付いたします

講師プロフィール



小泉 悟志 (こいずみ さとし)

株式会社エンディング総研
株式会社コンサルティングファーム
代表取締役／中小企業診断士

1969年生まれ。銀行勤務後、ベンチャー企業の取締役を数社経験。(株)エポックジャパン(現:(株)家族葬のファミリーユ)取締役を退任後、葬儀業界専門コンサルタントとして独立。施行件数のアップ、プランの見直しによる施行単価の改善などによる売上げ拡大を強みとする。その支援先は10~50名規模が多く、また近年は葬儀社のM&A支援も多数手がける。

■ 講師から一言

「私のコンサルは、一方的な指導ではなく、経営者・幹部の皆さまのサポート役になれるよう心掛けています。セミナーでも、実際に自社に当てはめて考えられるように、わかりやすくご説明しますので、お気軽にご参加ください」

■ 前回参加者の声

- ・ 販促活動を見直すきっかけになった。これまで広告宣伝の成果検証があいまいだったが、いただいたシートを使って活動の精度を高めていきたい
- ・ エクセルシートの根拠が分かった。数値ベースの話で分かりやすかった
- ・ 期待通りの内容だったと思う。目標設定とその目標を計画的に達成するための予算やプロセスを数値化できそう
- ・ 色々気づきがあった。やってみようと思うことがいくつもあり満足
- ・ 折込チラシやポスティングの効果について、定期的かつ続けて行なうことでマインドシェア率の向上につながると知り、今後の活動の参考になった
- ・ チャンネルでブランドを分けるという考えが大変興味深かった
- ・ 当社はなんとなくチラシを撒いて会員が増えたからなんとなくチラシの効果と認識していたが、今後はツールを使い影響や効果を「見える化」していきたい