

SNS活用、ネット動画活用、ネット集客コンサルタント

株式会社ズバットプランニング代表取締役
デジタルハリウッド大学院 客員教授
関西デジタルコンテンツ事業協同組合 顧問

塩見政春の講演会・セミナー



講師としての評価・強味




- 相当内容が濃いので2時間があっという間に終わる。
- 事例が実名で参考にしやすい。
- セミナーを聞いた途端にコスト0のできるので実現しやすい。

セミナーテーマ

SNSを徹底活用で、 売上アップする方法

<セミナー講演実績>

- ・講師／デジタルハリウッド大学院インターネットマーケティング担当 2009年～2014年
- ・行政官公庁系／全国中小企業団体中央会、静岡県中小企業団体中央会、大阪府中小企業団体中央会、岡山県中小企業団体中央会、中小企業基盤整備機構、松江商工会議所、大阪商工会議所、阿南商工会議所、岡山商工会議所、茨木市商工会議所、沖縄県産業振興公社、広島ソフトウェアセンター、近畿経済産業局、東北経済産業局、小樽市、大阪府、大阪市、都市型産業振興センター、日本アドバタイザーズ協会、関西デジタルコンテンツ事業協同組合など。
- ・民間企業／ダイワハウス工業、ワコール、コクヨ、エンゼル証券、ファーストサーバ、ファイチャーショップ、デジタルハリウッド、オフィスウエダ など
- ・自主イベント／ソーシャルメディアサミットin関西、IT-CIRCUS2010、デジタルハリウッド塩見政春研究室主催セミナー

	<p style="text-align: center;">セミナータイトル</p>
	<h2 style="margin: 0;">SNS を徹底活用して 売上アップする方法</h2>
	<p>塩見政春（しおみまさはる） 株式会社ズバットプランニング代表取締役 デジタルハリウッド大学院客員教授 関西デジタルコンテンツ事業協同組合顧問</p>
<p>■ 想定する対象者</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・ ネット集客に取り組んでいるが、注文が減少し打開策を必要としている企業経営者様 ・ 自社商品サービスを国内外に広くアピールし、地元以外の売上を拡大したい企業様 ・ コストをかけない集客法を確立したいと考えている企業営業担当者様 ・ スマホユーザーの若年層・女性に対して効果的な情報発信をしたい企業・店舗様 ・ 即効性があり、時間とコストをかけずに簡単に実践できるネット集客を学びたい企業様 	
<p>■ コンセプト・メッセージ</p>	
<p>1990年代後半から18年以上もネットプロモーションに携わって来ました私としては、昨今の部分的なマーケティングでは、この時代勝てないと考えております。インターネットマーケティングの基本はWEBサイトやメールなども、今でも非常に重要な位置にあると考えております。その上に、ブログ、Youtube、Twitter、facebook、Lineなどのソーシャルメディアを如何に活用していくのか？を、ネット初心者でも解りやすくお伝えしていきたいと考えております。</p>	
<p>■ セミナー内容</p>	
<p>【1】マーケティングの本質を知る！ 「マーケティングとは営業です」「マーケティングとはリサーチのことです」とか、間違った認識をもっている人が沢山います。また、これらのミスリードをする3流マーケッターも後を絶ちません。そこで、私の講義では、まず初めにネットプロモーションを実施していく上で基本となる「マーケティングとは何か？」という共通認識を事例を交えながら、参加者全員に持ってもらうところから始めます。</p> <p>【2】ネットが当たり前になった今日の外部要因を知る。 2つ目のポイントは、外部要因です。以前のやり方が全く通じません。特に若い時に成功体験を持っている40代、50代の方とかは、基本的な時代背景の認識から変えないといけないケースも少なくありません。そこで、講義の2つ目のポイントとしては、今日の時代の</p>	

外部環境がどの様に変化しているのかというポイントを理解すること。また、この様な時代背景だからこそ、基本対応として、どの様に対応すべきなのか？を理解することがあげられます。

【3】自社の強味を最強に発揮するワーク

3つ目のポイントは、時代背景を踏まえて、自社としての強味は何かを見つけ出す5分程度のワークを取り入れております。これは自社の強味を認識し、その強味を各種 SNS に繁栄させるために取り入れており、大変好評を得ております。

【4】SNS を活用した各種プロモーション事例

4つ目は、SNS を活用した各種プロモーション事例のお話をしていきます。まず、facebook、twitter, Youtube, Line など、各種 SNS の特性やその活用のポイント。また、これらの SNS 活用して、いかに売り上げを伸ばしていったのか？その基本となる考え方やノウハウをお話しさせていただきます。

■参加者の声



Michiyo Ueda · 勤務先: オフィスウエダ

塩見さんのセミナーは、自然体です。気張った感じがなく、参加者と自然にかかわりがあります。私はそれを「心のバリアフリー」と呼んでいます。あと、事例をふんだんに取り入れてくれます。それも、今実際に動いているサイトや最新の記事を解説しながら進めてくれるので興味関心の幅が広がります。ただ、「入門の入門を受けたい」という人ではなく、入門はちゃんと卒業している人で「新しい情報を知りたい」という人に向いていると思います。

いいね! を取り消す · 返信 · 👍 8 · 2012年5月29日 14:43



Shinji Mikura · 三井住友建設 大阪支店

塩見さん、昨日は楽しく拝聴しました。社内・市販ソフトの使い方講習は良く受けますが、「ITを使ったビジネス戦略」のセミナーを聞いたのは、恥ずかしながら殆ど始めて。非常に新鮮でした。

仰っていた「FACE BOOK」等の準プライベートなSNSを使って、ビジネスに関するネットワークを構築するのは、ある分野では当たり前になっている様に最近実感します。

しかし、日本人のビジネス気質として、トモダチに商品を宣伝したり、買ってくれませんか？なんて事は中々言えないのも実情です。私自身も「トモダチに借金するみたい」で抵抗を感じ、とても出来ません。また、そういう「投稿」ばかりのトモダチのコメントを見ていると「あいつ、変わったなあ？」とも、正直感じてしまいます。

名前は覚えてませんがアメリカでは常識？の「ビジネス用SNS」が浸透し、商売用のコミュニケーションツールと明確に認知されれば、FACE BOOKで感じる「モヤモヤとしたコメントへの偏見」も決って無くなる筈と、期待しています。

多分、アメリカ人達も同様に感じ、分岐したのではないのでしょうか。顧客と直接会うのは「はじめまして」と「ご成約有難うございます」。中途の経過・報告は全て「SNSやMAIL、場合によってはCHAT」が理想です。

でも実際は、当社は唯一無二の3次元商品売っているもので、何度も作る前に、現地や実物を見たり感じたり調査しなければ、「決して、お客様の望んでいる本質は理解できない」といつも感じます。

その辺を、きっちり「念押し」された塩見さんのお話を聞き、とても共感を覚えました。チャンスがあれば又、塩見さんのセミナーに参加したいと思いました。

いいね! を取り消す · 返信 · 👍 1 · 2012年6月1日 22:53

■セミナー講演実績

<セミナー講演実績>

- ・講師／デジタルハリウッド大学院インターネットマーケティング担当 2009年?
- ・行政官公庁系／全国中小企業団体中央会、静岡県中小企業団体中央会、大阪府中小企業団体中央会、岡山県中小企業団体中央会、中小企業基盤整備機構、松江商工会議所、大阪商工会議所、阿南商工会議所、岡山商工会議所、茨木市商工会議所、沖縄県産業振興公社、広島ソフトウェアセンター、近畿経済産業局、東北経済産業局、小樽市、大阪府、大阪市、都市型産業振興センター、日本アドバタイザーズ協会、関西デジタルコンテンツ事業協同組合など。
- ・民間企業／ダイワハウス工業、ワコール、コクヨ、エンゼル証券、ファーストサーバ、フィーチャーショップ、デジタルハリウッド、オフィスウエダ など
- ・自主イベント／ソーシャルメディアサミット in 関西、IT-CIRCUS2010、デジタルハリウッド塩見政春研究室主催セミナー