

# 失敗しないピアノ教室 のはじめ方



## ピアノ教室・音楽教室・学習塾用バイブル

教室を始めるにあたって、生徒を集めるのに、必要と思われるアイテムをご紹介します。出来るところからはじめることをお勧めします。この小冊子があなたの教室運営での参考になれば幸いです。口コミは自然には発生しません。まずは、目立って、その地域にピアノ教室が存在していることを伝える事から始まりです。口コミが突然起こる事はまずないです。起こすための道筋がこの小冊子に書かれています。読むだけでも起こりません。気がついて、やれることからやりはじめましょう。動いた教室だけに生徒は集まります。

### 看板の役割

- 1) 教室の存在をアピール
- 2) 教室のイメージ(雰囲気・活気)を伝える
- 3) 集客
- 4) 誘導・目印

## 看板は無言の営業マン

営業マンの成績(売上高)は訪問回数と比例する。

単純接触効果(ザイアンスの法則)で言えば、饒舌な営業マンの訪問一回より、口下手であるが訪問回数が多い営業マンに仕事が舞い込むように、看板もより単純接触を多くした方がいいのです。簡単に言うと、何屋さんかわかるような単純な看板をより多く作るか、目立って、交通量の多い立地条件の良い場所に立てることが最も効果を発揮します。自動車を走らせるご商売でしたら、必ずどんな商売で、どこで営んでいるかの情報は、自動車の貼っておきましょう。

商売とは四つの要素

- (1) 新規客を集める
- (2) 玄関の戸を開かせ、初取引をする
- (3) お店を気に入ってもらい、継続取引をする。(リピーター)
- (4) お客様の期待値を越え、感動を引き起こし、口コミ宣伝をしていただけるアンテナの役割になってもらう。

看板の役割は、(1)(2)までです。お店の力は、(3)(4)からです。

## 看板の集客ツールとしての底力

### ダイレクトキャッチ機能

看板は、通りすがりの人をその場でお客様にする媒体です。この強力なダイレクトキャッチ機能を利用しない手はないと思います。看板はお店の売上げを大きく左右する力を持っています。

ホームページ・ブログも大切ですが、飲食関係のご商売に最も力を発揮するのは、看板だけが持つ強みです。飲食関係ではないお店には、看板と Web 戦略の組み合わせるのも有効です。

看板は、中小企業や個人商店に適した PR 手法です。

第一に、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などの媒体に広告を出すよりも、はるかに安上がりです。

お店自体が目立たない場所・交通量が少ない場所の場合は、誘導する看板を要所要所に設置する事が大切です。

また、集客は看板の大きさにも比例します。

## 看板の得意分野

### ターゲットを再分析

地元密着型・商圏が狭いご商売なら看板が有効です。地域内でのランドマーク的な看板を作れば、地域内に訴求できれば事足りるでしょう。

看板などの個性や特徴を打ち出すことによって、地域のお客さんの購買動機を呼び起こすのは決して難しくありません。立地条件が重なれば、格段の効果が現れます。

これほど重要な道具に何も悩まず、こだわらず、入って来ないお客様には見えない、店内の設備にお金をかけ、開店資金で余ったお金で小さな看板のお店が結構多いのです。優先順位を間違っているとしかいえません。

看板はお客様への最初のサービスです。何屋さんかすぐにわかり、その中でも得意分野を強調し、ワクワク感を醸し出す看板を作ってみましょう。名前なんか小さくていいんです。何も知れ渡っていないお店の名前を大きく書き込むのは不親切な看板です。

お店を継続し、お得意様を一杯にした 10 年後にお店の名前は大きくしましょう。

## 看板の中身

### ★ 増子看板店がお勧めするピアノサインとは

出来るだけ大きいピアノサインの中に、**体験レッスン実施中**・**電話番号**・**教室の雰囲気や理念がわかるキャッチコピー**・**ホームページアドレス**もしくは

〇〇**ピアノ教室** 〇〇**市** **検索**



体験レッスン実施中・『音楽はお友達!♪』等のキャッチコピー

ホームページに繋げる検索単語の表現が主流になりました。

電話番号・名前を入れる。

色によって教室のイメージが伝わります。

キャラクターを入ただけで、幼児から小学生へターゲットを強調します!!

### ★ ご自分の教室はどのタイプに入っていますか？

- ピアノ教室の3タイプ
- タイプ1 カジュアル型  
→気楽に習えることを売り・標準価格
  - タイプ2 クオリティー型  
→教室の高級感・高額価格
  - タイプ3 サービス型  
→親密さが売り・低価格



# 教室分析

自分の教室の現状を知って頂き、どこに力を注ぐべきかの目安になります。点数を記入してみてください。

正五角形に近い方が、安定した教室運営になっています。



- あなたの町でピアノ教室といえばあなたの名前が最初に来る。(+2)
- あなたの教室の理念が文章化されている。(+2)
- 自分の強みがわかっている。(+2)
- 名刺は大切なアイテムと思っている。(+2)
- あなたの得意なターゲット層はわかっている。(幼児・学生・受験生・社会人・年配者)(+2)

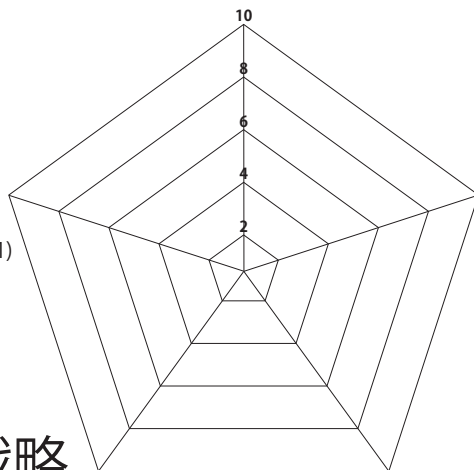
## ブランド・理念戦略

## 品質向上戦略

- 年間イベントを組んである。(+2)
- ニュースレターや年賀状は出している。(+2)
- 退会者を出さないよう注意している。(+2)
- 資格や講習・セミナーによく出掛けている。(+1)
- 電話対応は特に注意しているか。(+1)
- 生徒さんの声のアンケートをとっている。(+1)
- フリーダイヤルにしている。(+1)

## 現状把握

- 教室が楽しい雰囲気、生徒さんの笑顔で一杯だ。(+2)
- クレームにすぐに対処している。(+2)
- どのタイプに属しているか把握しているか。(+2)
- 月の収支を把握しているか。(+2)
- 出席率に気にしているか。(+2)



## 広告宣伝戦略

**口コミ戦術を起すために他の4つの戦術が必要!**

平均点

## 体験レッスン戦略

- 無料体験レッスンを実施しているか。(+5)
- 無料体験レッスンが頻繁であるか。(+2)
- 短い言葉で、教室をアピール出来るか。(+1)
- 体験レッスン者の契約率がわかっているか。(+1)
- 広告等に体験レッスンという使っているか。(+1)

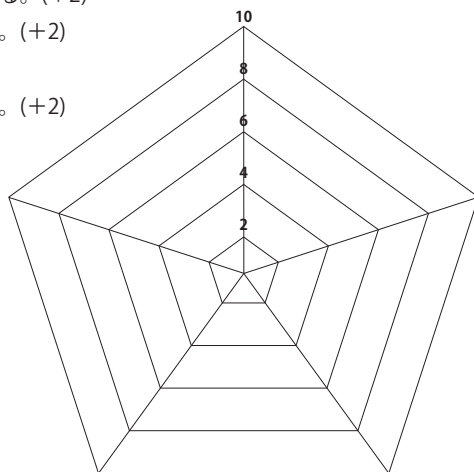
- 紹介者が沢山いる。(+2)
- どんな紹介文句を使っているかわかる。(+2)
- カタログ・パンフレット・名刺がある。(+2)
- 情報量の発信が多い。(+2)
- 生徒・保護者に特別感を与えている。(+2)

## 口コミ戦術

※口コミのための情報発信量は多い方がいい!

## Web 戦術

- ホームページがある。(+4)
- ブログを更新できている。(+2)
- 教室サイト登録している。(+2)
- 毎日メールチェック出来る。(+1)
- SNS(Facebook) が使える。(+1)



## 情報誌戦術

- フリーペーパー・地域情報誌に掲載。(+2)
- タウンページに掲載。(+2)
- チラシ(折り込み・ポスティング)発行。(+2)
- ニュースレター発行。(+2)
- 顧客管理出来ている。(+2)

## 看板戦術

- 60cm×45cm以上の看板を付けている。(+3)
- 看板に電話番号・HPアドレスがかかれてある。(+2)
- 自宅以外にも看板を取り付けている。(+2)
- ランドマーク的看板(大きさ)になっている。(+2)
- キャラクターがいる。(+1)

## メディア戦術

- 新聞社からの取材がある。(+2)
- 地域情報誌からの取材がある。(+2)
- プレスリリースが出来る。(+2)
- 公的行事・地域性の高いイベントに参加できる。(+2)
- 自教室の一番を誇れるものを持つ。(+2)

# 集客方法 Best5

□ コミを起すには**情報量の決定の法則**  
(多ければ多いほど意思決定がしやすい)

- 集客方法 1 位 □ コミ
- 集客方法 2 位 折り込みチラシ
- 集客方法 3 位 看板・のぼり (設置場所によって大差あり)
- 集客方法 4 位 地域情報誌等への広告・新聞等の記事
- 集客方法 5 位 インターネット (サイト登録・HP・ブログ)

□ コミのための  
情報発信

**立地条件のよい場所なら、看板・のぼりはもっと上位に行きます。**

★ **まずは、自分がやれることから始めましょう。**

- ▶ □ コミ **※来ていただいている生徒さんの親御さんが重要!**
- ▶ 無料体験レッスンの企画

## Point

**体験レッスンの参加者を多くする事が最も生徒を多く獲得するための近道**

- ▶ 看板・窓のカットシート文字・のぼり
- ▶ **ホームページ** **不可欠な武器になりました。**
- ▶ 新聞折り込みチラシ **jimdo.com のような無料ホームページもあるぞ!**
- ▶ 名刺 (似顔絵・地図入り・HP アドレス)
- ▶ プレスリリース (記事掲載)
- ▶ 年間を通してイベントを組む
- ▶ 教室理念の成文化・キャッチコピー作り
- ▶ 問い合わせの時の電話対応
- ▶ ポスティング・チラシの手配り (駅前・学校の門)
- ▶ 資格取得講習・セミナー受講 **入学式前にやるべし!**
- ▶ タウン誌・フリーペーパー掲載 「ピアノ教室.com様」<http://www.pianokyouyositsu.com/>
- ▶ タウンページ 「せんせいさーち」<http://sensei-s.net/>
- ▶ ネット広告 (県別教室掲載サイト) **無料サイト多し!!**
- ▶ メルマガ **こまめに会員さんの携帯アドレスを入手しておけ!**
- ▶ DM・ニュースレター **※入会した生徒さんを辞めさせない為には、**
- ▶ フリーダイヤル **ニュースレターなどの発行は有効です。**
- ▶ ブログ

### 話題性が必要!

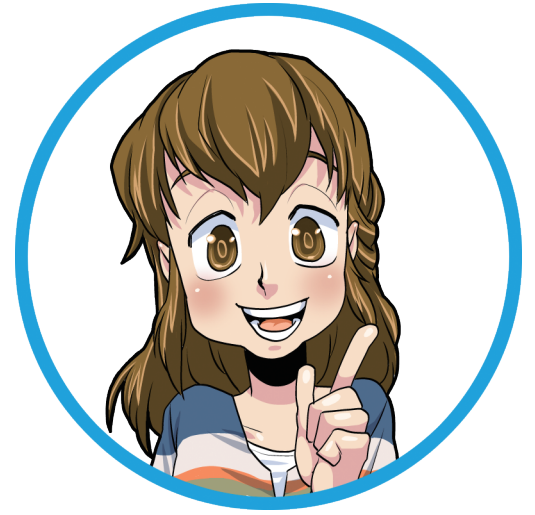
- なにかしらで一番になる。
- 社会に貢献する。
- 市のイベント等に参加しつづける。

# ホームページの作り方

HPは難しくない。最低限盛り込む内容は下記で十分!!

- 1) 教室概要・想い(理念)・理想像
- 2) 講師の写真・プロフィール(似顔絵可)
- 3) 生徒の声(手書きの画像)
- 4) 問い合わせフォーム
- 5) レッスン内容・料金
- 6) 年間イベント・スケジュール
- 7) 教室ブログ(Facebook等)

詳細はこちら <http://aiopiano.jimdo.com/>



## 消費者の購買行動プロセスの変化

インターネット普及以前の  
消費者の購買行動プロセス

インターネット普及後、  
購買行動の前に「検索  
する」が加わる

TwitterやFaceBook、mixiの  
ソーシャルメディアの浸透で、  
共感・拡散が進んだ

**AIDMA** → **AISAS** → **SIPS**

【AIDMA】  
「Attention (注目)」  
「Interest (関心)」  
「Desire (欲求)」  
「Memory (記憶)」  
「Action (購買)」

【AISAS】  
「Attention (注目)」  
「Interest (興味)」  
「Search (検索)」→Google  
「Action (購買)」→楽天  
「Share (情報共有)」→ブログ

【SIPS】  
「Sympathize (共感)」  
「Identify (確認)」  
「Participate (参加)」  
「Share&Spread (共有・拡散)」

～1990年代

2005年代

2010年代

## 生徒になるまでの絶対不可欠のプロセス

教室の存在を知る。いくつかの集客方法を経て、認知してもらう。



教室を調べる。ホームページ・ブログを探す。周りから聞き出す。



教室を理解する。人は情報を得て納得してはじめて動く。



教室を信用する。掻き集めた情報から教室のイメージ・メリットを見つけ出す。



問い合わせをする。電話対応の良し悪しで、第一印象が決まってしまう。要注意!



体験レッスンを受ける。実際に教室の雰囲気やレッスンを体験してもらう



入塾する。

ホームページは  
絶対不可欠

※教室の理念・詳しい月謝の価格・講師のプロフィール等の掲載する

※お問い合わせフォームを設置しておく。メールの対応も重要!

※ホームページの最終目的は「体験レッスンの申し込みをしてもらう」ところまで