

講演テーマ： 集客、販売、採用にも困らない！ あたなの会社のファンの創り方

- **講演概要** コロナ禍が続き、非対面が主流となって集客、販売、採用さえも、今までに通りはできなくなっています。識者は、過去のやり方が全く通用しないこの世界をニューノーマル時代と呼んでいます。さて集客、販売、採用等々、企業はこのニューノーマル時代に対応できていますでしょうか？ これをデジタル化で乗り切ろうと国の方では、数年前より DX（デジタルトランスフォーメーション）を提案していますが、あまり進んでいないのが実情のようです。私は、このデジタル化の時代、敢えて時間を掛けて貴社のファン創りをお勧めします。日本一のファンがいる宝塚のように、企業もファン創りをすることによって、集客、販売、採用さえも、成果を出せることができることを示す事例も出て来ています。
- 本講演では、企業の『ファン創り DX』を各種 SNS やアプリ、TikTok 等のショート動画を活用したデジタルトランスフォーメーションのやり方を、各種事例を元に分かり易く解説するものです。

■ 講演内容・お勧めのポイント

1. なぜ今、企業のファン創りが必須なのか？
2. ファンがファンを呼び、集客、売上が簡単にアップする。
3. 採用条件だけで他社に勝てますか？
先ずは会社のファン創りから始めて、ファンから絶対辞めない適財採用の時代がやってくる。
4. 他社ができない SNS を使ったソーシャルリクルーティングのやり方
5. 縦型・ショート動画で、若者に売る、若者を採る！
6. 企業のファン創りのまとめ

■ 講師プロフィール

菅野 弘達
かんの ひろみち

株式会社ソーシャルメディアマーケティング 代表取締役
流通経済大学客員講師 / 日本ダイレクトマーケティング学会会員
SNS・動画による顧客開拓の仕組み構築の専門家



IT 業界一筋 40 年のエキスパート。
メカバンクのシステムエンジニアからスタート。ソフトバンク孫正義が創設した (社)日本パーソナルコンヒ。ユータソフトウェア協会に移籍。
黎明期のパソコン業界にて、創業期のスティーブ・ジョブズ、ビル・ゲイツ、マイケル・デルなど世界的 IT 起業家とビジネスを通じた親交を持つ。
2012 年、新進起業家マーク・サッカーバーグが「よりオープンに繋がる世界を創る」の宣言に感銘! SNS 時代の到来を予感して独立、(株)ソーシャルメディアマーケティングを設立。以来、IT 業界一筋 40 年以上の知識、経験、人的ネットワークを活かして、SNS・動画による顧客開拓の仕組み構築の専門家として、コンサルティング・研修を行った企業は 380 社を超える。また講演家としても大手企業、業界団体など全国各地に 1 万人以上の受講者がいる。

■ 主な専門誌等への寄稿

- 「美容の経営 PLAN」(女性モード社発行 2014 年 2 月号)
「美容の経営 PLAN」(女性モード社発行 2014 年 10 月号)
「観光マーケティング実務責任者養成講座」(日本地域広告会社協会発行 2017 年 10 月)
「torim」トリマーのための活用型専門誌(インターズー発行 2018 年 2 月号)