



TO MR. AND MRS.
SOUZOKU PARSON

戦略的
相続セミナー
自主開催
メソッド

POWERD BY
相続マーケティング研究所



■著作権について

本レポートと表記は、著作権法で保護されている著作物です。本レポートの著作権は発行者にあります。本レポートの使用に関しましては、下記の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本レポートを入手した個人・法人（以下、甲と称す）と発行者（以下、乙と称す）との間で合意した契約です。本レポートを甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条本契約の目的：

乙が著作権を有する本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条禁止事項：

本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本レポートから得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本レポートに含まれる情報を使用できるものとします。

第 3 条損害賠償：

甲が本契約の第 2 条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第 4 条契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 5 条責任の範囲：

本レポートの情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

■はじめに

はじめまして、相続マーケティング研究所 むねお所長こと、川口宗治（かわぐちむねはる）と申します。

富山県富山市在住の相続コンサルタント兼、相続ビジネスに特化したマーケティングのサポートをする会社（株式会社ライブリッジ）を経営しています。

私は 1999 年から 2013 年まで、プルデンシャル生命保険で保険セールスの仕事をしていました。

14 年間のプルデンシャル生活は半分の 7 年間は営業マン、残り半分の 7 年間は営業所長として、充実した仕事をしていました。

生命保険の仕事は私にとっては非常に価値ある仕事で、一生保険セールスを続けるものだ、と信じて疑いませんでした。

2013 年に一念発起して、「相続コンサルタント」として独立しました。

独立直前の年収は約 1500 万円。決して低くない収入でしたが、「これからは保険というお付き合いだけではなく、相続全体の場面でクライアントのサポートをしたい」と考えての独立でした。

相続コンサルタントとして独立してからは、なんと「生命保険を販売せず、相続の相談やアドバイスなどだけで事務所経営をする」という大きな目標を掲げて活動しました。

最初はほとんど全ての方から「絶対失敗するから辞めておけ」「東京や大阪などの大都市だったらまだしも、富山という地方都市で相続コンサルタントなんてうまくいくはずがない」というありがたい（？）助言をいただきながらのスタートでした。

事業をスタートして最初の 3 年間はなかなか売上が上がらず、「相続コンサルタントで独立するのは時期早尚だったのか？」「やはり保険販売をしていた方がよかったのだろうか？」

と考えたこともありましたが、
クライアントやビジネスパートナーの士業の先生方などの支えもあり、
2017年ごろからは事業が大きく成長しました。

2018年からはプルデンシャル時代の収入を上回り、
2020年以降も順調に推移して
コロナ禍においても右肩上がりの成長を継続しています。

ここであなたの頭の中には一つの大きな疑問が浮き上がったかもしれません。
それは

相続分野で、生命保険や不動産などバックエンドの商品のセールスをせず、
相続の相談やアドバイスを中心とした
「相続コンサルティング」
というサービスを軸として売上を上げ続けることができるのか？

という疑問です。

いかがですか？

その答えは一つ。
相続コンサルティングという目に見えないサービスで売上を上げ続けることは

「完全に可能」

です。
そして、それを可能にするのが

「戦略的に相続セミナーを自主開催する」

ということなのです。
このレポートでは、
相続ビジネスで売上を上げていくために必要な

「戦略的・相続ビジネス自主開催する方法」

を知ることができます。

ぜひ最後まで読んでくださいね。

■相続セミナーを自主開催すべき理由

私・川口が人生で初めて相続セミナーを自主開催したのは、2014年の1月でした。

2013年11月に相続コンサルタントとして独立し、その時に「来年からは毎月1回相続セミナーをやり続けるぞ」と心に誓い、準備を重ねてスタートしました。

そして

2014年・・・20回

2015年・・・47回

2016年・・・57回

2017年・・・74回

2018年・・・81回

2019年・・・78回

2020年・・・95回

と、数多くの自主開催セミナーを継続して行っています。
(2017年以降はZoom開催を含みます)

この数は「自主開催」に限った回数です。

その他に年に数回、経営者団体や業界団体などからお声がけいただいて、有料でセミナー講師のお仕事の依頼も入っています。

が、私の活動のベースは「自主開催セミナーの継続開催」です。

この「自主開催セミナーの継続開催」という活動が私の現在のビジネスを支えてくれていることは間違いないでしょう。

相続セミナーを辞めた時、私のビジネスは終わります（汗

■相続セミナーの準備は大変だ

相続セミナーを自主開催するのは、ぶっちゃけとても「大変」です。

- ・セミナー企画
- ・テーマ設定
- ・会場予約
- ・告知
- ・申し込み方法準備
- ・決済方法準備
- ・受付や写真撮影などのスタッフ手配
- ・集客
- ・セミナーコンテンツ作成
- ・アンケート準備
- ・プロジェクター手配
- ・スクリーン手配
- ・当日の名札の準備

などなど。

ちょっと考えただけでも、
やらなくてはならないことが山のように出てきます。

相続セミナーを自主開催する、ということは、
これらのことを全て自分1人でやらなければならないのです。

想像しただけでも大変ですよね。。。
もうこの段階で「相続セミナー、やーめた！」
ってなりそうですよね。。。
その気持ち、よくわかります。ウンウン。

確かに相続セミナーを自主開催するのは大変なことです。
でも、でも、
その大変さを補ってあまりあるメリットもたくさんあるのです！

そのメリットとは・・・

- ・集客がしやすい
- ・理想の見込み客だけを集めることができる
- ・出会った時から「先生ポジション」確立
- ・見込客を教育・啓蒙できる

- ・ 価格以外の判断基準を与えることができる
- ・ 次のステップ（個別相談）への移行率が格段に上がる

などなど、本当に多くのメリットがあるのです！
例えば「集客がしやすい」という点についてお伝えします。

■ 自主開催セミナーは「集客がしやすい」って本当？

相続セミナーを自主開催する際に一番気がかりなことは
「集客がうまくいくか？」
ということではないでしょうか？

そんなあなたに質問します。

「あなたが開催する相続セミナーには何人参加してもらうのが理想ですか？

少し考えてみてください。

.....

.....

.....

考えはまとまりましたか？

10人ですか？

30人ですか？

それとも50人？

実は私が自主開催セミナーを開始した2014年当初、私は漠然と

「毎月の相続セミナーの参加者は30人くらいだといいな」

と考えていました。

いやむしろ、

「30人以下のセミナーなんて、セミナーじゃない！」

とっていました。

(今振り返ると世間知らずというか、愚か者というか・・・)

こうして私の相続セミナー自主開催の継続の旅が始まりました。

まずは見様見真似、とにかく自己流で相続セミナーの準備を始めました。

セミナータイトルは

「初めての相続セミナー」

相続のことをあまり深く考えたことのない人にも、
わかりやすく相続対策の必要性を感じてもらうことを目的として
セミナーを開催することにしました。

目標参加人数はもちろん30名。

私は45人入れる会場を予約し、

Facebook イベントを立ち上げ、

ワードでセミナー告知のチラシを手作りし、

知り合いという知り合いに声をかけ、

セミナーで使用するパワーポイントを作り込み(3日間ほぼ徹夜で作りました)、

なんとかセミナー当日を迎えました。

そして人生初の相続セミナーの当日

セミナー会場に足を運んだ人の数は・・・

7人

でした。

目標の30人には全く届かず、

45人用の会場は広すぎて寒々しい雰囲気でした。

とても恥ずかしく、いたたまれない気持ちでセミナーをやったことを覚えています。

■ 目標人数には満たなかったが精一杯セミナーをやった

30人という目標には届きませんでした、
とはいえ7人の方が会場に足を運んでくれたことは
とてもとても嬉しかったです。

この7人のために、大切なことをしっかり伝えよう！と考え、
3日間徹夜で準備したパワーポイントを使い、心を込めて

「初めての相続セミナー」

を開催しました。
参加して下さった7人は全員、

「とてもいい話でした」
「これからも頑張ってくださいね」

と応援の言葉を口にして帰路につきました。
とても嬉しかったです。

■集まった7人はどんな人だったのか？

私の人生はつのp相続セミナーに集まってくれた7人は全員、

「独立前からの私の知り合い」

でした。
「保険業界で頑張っていた川口が、
相続ビジネスで独立したんだから、
応援に行ってみよう」

という、あたたかい気持ちで参加してくれた人ばかりでした。
この7人の気持ち、応援はとても大きな力になりました。

■相続セミナー初開催の満足感と大きな疲労感

当初は 30 人を目標にしていたにもかかわらず、
実際の参加者は 7 人だった人生はつの相続セミナー。
それでもせっかくきてくださった参加者のためにも、
精一杯やり切りました。
その結果、参加者からはたくさんのお褒めの言葉と応援の言葉をいただきました。

私といえば、人生初の相続セミナーを自主開催したことについては満足感を持っていましたが、
参加人数が思ったよりずいぶん少なかったこと、
そして慣れないセミナーの準備・運営・後片付けなどを
全て 1 人でやったことで、
疲労困憊していました。

そして来月のセミナーこそは、
目標の 30 人まで集客を頑張ろう、と心に決めました。

■ 次回のセミナーを「1ヶ月後」に設定

相続コンサルタントとして独立した時から、
「毎月 1 回以上の相続セミナーを開催すること」
を心に決めていたので、
次回のセミナーを 1 ヶ月後に設定しました。
そして次こそは目標の 30 人を達成すべく、集客に取り組みました。

- ・ Facebook イベントの作成
- ・ ブログによる告知
- ・ メールや LINE で知人に連絡
- ・ 異業種交流会で会った人に電話でお誘いをする
- ・ 会う人全員にチラシを配る

などなど、当時の私が思いつく限りのことを全てやりました。

さらには、セミナーの内容については毎回別の内容でやろうと考えていた私は、
夜は事務所に籠って新しい相続セミナーのコンテンツを作り込みました。
(またもや 3 日間徹夜でした・・・)

そして、ありとあらゆる準備を整え、
第2回相続セミナーの当日を迎えたのです。

■第2回相続セミナーの参加者の人数は・・・

第2回セミナー当日。
「今月こそ30人!!!」
と意気込んで準備を重ねた1ヶ月。

その参加人数は何人だったと思いますか？

なんと！
私の人生2回目の相続セミナーの参加人数は・・・

「0人」

でした。

30人、を書き間違えたわけではありません。
「0人」でした。

20人でもなく10人でもなく、「0人」だったんです。

その時のことは今でも

「内臓を誰かにワシづかみされているような辛い気持ち」
「お前に相続コンサルタントで独立するなんて無理だよ、
と誰かが耳元で囁いているような不安な気持ち」

として記憶に残っています。

そして、さすがに
「毎月相続セミナーを開催するなんて、無謀な考えだったのかな・・・」
という考えが頭をよぎりました。

■申し込み「ゼロ」だった第2回目相続セミナー当日の行動

セミナー前日の夜に、友人や知人にセミナー参加を促すメールやメッセージを送ったりしていましたが、それも徒労に終わったようで、当日の朝になっても参加申し込みはゼロのままでした。

しかしセミナー会場は当然ながら予約してあります。
しかも45人まで入れる大きな会場を。
そして私の心には、

「もしかしたら申し込みはしてなくても
当日飛び入り参加したい、という人もいるかもしれない」

という淡い期待もあり、
予定通りに会場に向かいました。

受付ブースを作り、
会場の机や椅子をセッティング。
プロジェクターをパソコンに繋ぎ、スクリーンを立て、
BGMをかけます。
もちろん全て私1人で準備しました。

「時間が空いたから来ちゃいました」

という人がいるかもしれないし。
そう自分に言い聞かせながら準備を完了させ、
セミナー開始時間を迎えました。

■セミナー開始時間に会場にいたのは私1人だけ

セミナー開始時間になりました。
その時間になっても会場にいたのは私1人だけ。。。

5分経っても10分経っても、
誰も会場には来ませんでした。
その時の私の気持ちといえばなんと表現していいのかわかりません。

「どうして・・・？」

「あんなに準備したのに」

「自分の何が悪かったのだろうか？」

「どうすればセミナー集客がうまくいくんだろう？」

と、様々な思いが頭の中を駆け巡りました。

そして遂に

「保険会社を退職して独立したのは間違いだったのだろうか？」

「相続ビジネスをやっていくなんて、自分には所詮無理だったのだろうか？」

とさえ考えてしまいました。

■参加者ゼロのままセミナーを開始

セミナー開始時間から 15 分を経過した時、

私は会場の前に立ち、パソコンを立ち上げ、セミナーを開始しました。

3日間徹夜して作ったパワーポイントのファイルを開き、

最初のページから順に説明を始めました。

セミナー会場には私 1 人。

私の話を聞いている人は誰もいません。

それでも私は最後までセミナーを続けました。

とても惨めな気持ちでした。

こうして私の第 2 回目の相続セミナーは終了しました。

参加者はゼロでしたが、私は確かにセミナーを開始して、

最後までやり遂げました。

■もう相続セミナーなんてやりたくない

第 1 回目の相続セミナー（参加者 7 人）は

友人や知人が「ご祝儀的」に来てくれましたが、

2 回目の相続セミナーはまさかのゼロ人。

「毎月 1 回以上の相続セミナーを継続する」

と決めて始めた相続セミナーでしたが、
開始 2 ヶ月目にして早くも挫折そうになってしまいました。

あんなに頑張っけて告知・集客したのに参加者ゼロだなんて、
恥ずかしくて恥ずかしくて、穴があったら入りたい。

相続セミナーなんて、もう 2 度とやりたくない。

そんな気持ちで家路につきました。

■次に私がとった行動は・・・

沈んだ気持ちを抱えたまま数日が過ぎました。
そんな私の心に浮かんだ思いは、

「それでもやっぱり来月も相続セミナーをやろう」

というものでした。

過去 2 回の相続セミナーの準備を振り返り、検証し、
上手くいった点は継続し、修正の余地がある点は改善して、
改めて準備を行いました。

そうして迎えた翌月の第 3 回相続セミナーは、
参加申し込みが 1 名でした。

■参加者 1 名で開催された第 3 回相続セミナー

第 3 回相続セミナーの当日、
唯一申し込みをしてくれていた方（K さんとします）が会場に来ました。

実は第3回目の相続セミナーは過去の第1回・第2回と異なっていた点があります。

それは、今回申し込みをしてくれたKさんは、このセミナーの時に初めてお会いした方だという点です。

1回目、2回目に参加してくれた人（2回目のセミナーは参加者ゼロでしたが）は、全員私の知り合いでした。

この点がそれまでと大きく違っていた点です。

この日は飛び入り参加の方もおらず、講師1人、参加者1人でセミナーが始まりました。

■Kさんに要望を聞いたところ・・・

セミナー開始前に、唯一の参加者のKさんとお互いに自己紹介しました。そして

「今日のセミナーの参加理由は何ですか？」

と聞きました。

Kさんが相続セミナーに参加した理由、それは、

「現在高齢の母がいるが、いつかなくなってしまう前に、今のうちにできることをしておきたいのですが、何から始めていいのかわからない」

というものでした。

その時に準備していたセミナーのテーマは

「エンディングノートについて」

でした。

Kさんは具体的な話を相談したいと考えてきているのが明確にわかりました。

一方で私が準備していたセミナーの内容は、
Kさんの思いとフィットしていないと感じました。

そこで私はKさんに、

「よかったら準備していた一方的なセミナーではなく、
Kさんの具体的なご相談に乗る時間にすることもできますが、
いかがですか？」

と打診しました。

■ 相続セミナーではなく急遽「個別相談」に変更

Kさんの答えはこうでした。

「川口さんさえよかったら、是非そうしていただきたいです。
どちらにせよ早い段階で一度、
具体的な相談に乗っていただいていたと思っていましたので」

ということでしたので、
その日は相続セミナーを急遽取りやめ、「個別相談」に変更しました。

この時のちょっとした判断が、
後に大きな成果につながる分かれ道になりました。

Kさんの希望もあって相続セミナーではなく個別相談に路線変更したわけですが、
このKさんの一言はとても重大な意味を含んでいたのです。

しかしこの時の私は、この言葉が持つ意味の重大さに全く気付いていませんでした。

■ 集客に対するプレッシャーからの開放

この日の相続セミナー改め個別相談は、私にとってもKさんにとっても非常にいい時間になりました。

Kさんは心配事を個別に相談に乗ってもらうことができ、とても喜んでいました。

私も初めて会う人から個別相談を受ける、という体験ができ、私なりに一生懸命対応して、目の前のKさんの安心した顔を見て、今までにないくらい嬉しくて充実した気持ちになりました。

そして私は気づきました。

「セミナー参加者の人数は多ければいいというものではない」

という重大な事実。

もちろん、セミナー参加者が少なすぎるとよくない、という意見もあるでしょう。

しかし、セミナーの「目的」が達成されていれば、セミナー参加者の人数は関係ないのです。

私が毎月相続セミナーを開催する目的、それは

「相続のことで困っている人が気軽に参加できる場を作ること」

であり、さらにはセミナーを聞いた人が

「川口さんに個別に相談に乗ってほしい」

と言ってくれることでした。

■ 目的と手段が合致しているか、それが問題だ

第 1 回セミナーは友人・知人が 7 名参加→個別相談は「0」

相続のことで気になることがある K さんたった 1 人が参加した
第 3 回セミナー→個別相談は「1」

私が相続セミナーを開催する目的は、
個別相談を増やすことでした。

その観点でいくと、
参加者がより少なかった第 3 回セミナーの方が成功だったと言えます。

このことに気づいた時、
「そうか、相続セミナーの人数は多いよりもむしろ少ない方がいいんだ！」

という考えに変わりました。

それ以来、相続セミナーを企画しても、
参加人数の多い・少ないで一喜一憂することはなくなりました。

むしろ参加人数は少なければ少ない方がいい、
と考えるようになったら、

集客のプレッシャーは全くなくなりました。

■相続セミナーは「自主開催」&「継続開催」が GOOD

それからの私は
「毎月 1 回以上の相続セミナーを開催する」

という当初の目標をやり遂げ、

2014 年・・・20 回

2015 年・・・47 回

2016 年・・・57 回

2017 年・・・74 回

2018 年・・・81 回

2019年・・・78回

2020年・・・95回

の相続セミナー自主開催を継続しています。

■相続セミナーを開催する目的は明確ですか？

相続セミナーを開催することはとてもいいことです。

しかし、相続セミナーを開催する目的が明確でないなら、苦勞の割には得るものが少ない結果になってしまいます。

あなたは相続セミナーを開催する目的が明確になっていますか？

- ・セミナー講師としての場数を踏むこと
- ・相続で困っている人にアドバイスをすること
- ・相続の専門家としての知名度を上げること

などなど、

相続セミナーを開催する目的は色々あります。

どんな目的でも間違いではありません。

一番良くないのは

「相続セミナーの目的が決まっていないこと」

「何となく相続セミナーを開催しようとしていること」

なのです。

私も相続セミナーをスタートした当初は目的が明確ではありませんでした。

「何となく相続セミナーをやる」

とぼんやりした考えで相続セミナーをやっている時期がありました。

しかし本来、相続セミナーは目的ではなく手段です。

相続セミナーをやることで、達成したい何かが手に入る、というのが正解です。

どんな目的でもいいので、
相続セミナーを開催する目的を明確にしてください。

そしてその目的に近づいているかどうか。
その1点こそが相続セミナーが上手くいったかどうかの検証材料になるのです。

■ 相続セミナーは「自主開催」がオススメな理由

目的と手段が一貫性を持ってつながるためには、
相続セミナーはやはり「自主開催」がオススメです。

相続セミナーを自主開催していると、主催者が別にいて、講師としての声がかかって相続セミナーに登壇する機会が出てきますが、

それらのセミナー講師として登壇するのは、
セミナー講師としての経験値が増えたり、
知名度を上げることにはつながりますが、

基本的には主催者側の都合や思惑が強く働くことを理解しておきましょう。

例えば保険会社が主催の相続セミナーの講師の声がかかった場合は、

「保険販売につながるトークを入れてくださいね」

とか、建築会社やハウスメーカーが主催の場合は

「相続税対策にはアパート建築が一番です、と強く訴えてください」

などのオーダーが入ることがあります。
その結果、こちらが考えている相続セミナーとは違うものになってしまうこともあるのです。

■ 相続セミナーの後は「個別相談」につなげよう

相続セミナーを開催する目的を、
「相談者の心配事の解消と自社の売上アップの両立」
とした場合は、
相続セミナー開催後に
「いかに個別相談につなげていくか？」
ということを意識しましょう。

セミナーに参加した人が、

「いい話を聞いた、ありがとう」

だけで終わってはなかなか売上にはつながりません。

参加者の「行動変容」につながるセミナーが、いいセミナーといえるでしょう。

■ 相続ビジネスの売上アップは個別相談の先にある

相続セミナーを開催することは、目的ではなく手段です。

このことを明確に意識して、
相続セミナーを自主開催することを継続したならば、
売上につながるスピードとボリュームは格段に上がります。

そして、

「個別相談の先にしか、相続ビジネスの売り上げは上がらない」

ということを知っておいてください。

そのためには、相続セミナーを受けた人が、

「相続対策は我が家に関係ないと思っていたけれど、
これは早い段階で専門家に相談しておかなければならない
大切なことだ」

と思ってもらうことが、とても重要なポイントになることを忘れないでください。

■ コロナ禍における相続セミナーの考え方

2020年以來、新型コロナウイルスが猛威を奮っています。そんな中で、相続セミナーを開催することについて、どのように考えればいいのでしょうか？

まず言えることは、

「今までのようにリアルなセミナーをバンバン開催することは難しい」

ということです。

コロナが落ち着いたら相続セミナーをやろう

と考えたい気持ちも分かりますが、戦略的に考えるならば

「コロナがそのまま落ち着かなかった時を想定すると、今からどんな準備をすべきか？」

という思考を持ちたいものです。

コロナ禍における相続セミナーの考え方について解説します。

■ 「オンライン」という選択肢

コロナ禍における相続セミナーの開催には

「オンライン開催」

という選択肢を持つことはとてもオススメです。

オンラインで相続セミナーを開催するメリットは

- ・セミナーの準備にかかる手間やコストを軽減できる
- ・幅広いエリアの方に情報を届けることができる
- ・参加者の声をリアルタイムでキャッチすることができる

など、いろいろあります。

また、オンライン相続セミナーは参加者とってもメリットが多くあります。

- ・リアル開催では時間や場所の都合で参加が難しかったセミナーにも参加できる
- ・会場までの移動時間や交通費がかからない
- ・チャット機能で他の参加者や講師に対面でのセミナー同様にコミュニケーションが取れる

など、

運営者・参加者共に、時間と場所の制約がないのは大きなメリットといえます。

オンラインで相続セミナーを開催するデメリットは、

- ・通信環境やパソコンなどの機材の準備に時間とコストがかかる
- ・オンラインセミナーを主催するノウハウを手に入れるのが大変

などでしょう。

いくつかのデメリットはありますが、

これができるようになったなら、

相続セミナーを開催する以外にも使える資産になります。

全て自分でできないという場合は、

少しのコストを払うことで設定の代行をしてくれたり、

ノウハウを提供してくれる専門家もたくさんいますので、

ここはひとつプロの力を借りてでもできるようになっていただきたいと思います。

あなたのビジネスはもちろん、プライベートも含めて将来が大きく変わる投資になることでしょう。

■ 個別相談もオンラインでできる

相続セミナーだけではなく、相続セミナーの後に控えている個別相談は、オンラインではできないのでしょうか？

答えは

「できる」

です。

パソコンを使った本格的なオンライン面談もできますが、

カメラ付きのスマホやタブレットを持っている人同士なら、テレビ電話機能を使うことでオンライン面談が簡単にできます。

個別相談の際もオンライン、という選択肢は「アリ」です。

■ オンライン相続セミナーは Zoom、オンライン個別相談は LINE がオススメ

オンラインで相続セミナーをするなら、運営者であるあなたはスマホやタブレットではなく、パソコンを利用しましょう。そして、安定した通信環境で開催してください。

オンラインで相続セミナーをするなら

Zoom

が断然オススメです。

私は 2017 年から Zoom でオンラインセミナーをやっています。
当時はセミナー参加者に

「Zoom とは何か」
「どうやって接続するか」

ということを事前にメールや電話でお伝えし、

セミナー前日までに Zoom 練習会を開催した上でセミナー当日を迎える、
という準備をしていました。

今はコロナのおかげもあって、
ずいぶん多くの方が Zoom を利用できる環境やスキルを持っていますので、
以前のような労力をかける必要はなくなりました。

「Zoom で参加できる会合やセミナーには積極的に Zoom で参加する」

この流れは、例えコロナが地球上から全滅したとしても消えないでしょう。

この機に乗じてあなたも Zoom でのオンラインセミナーを開催できる環境とス
キルを手に入れておいてください。

また、オンライン個別面談では Zoom を利用するのはもちろん OK ですが、
こちら 1 人、相手も 1 人、という場合は
LINE のテレビ電話機能がオススメです。

Zoom のように事前に会議室を設定してそのアドレスを相手と共有しておくな
どの準備が不要で、
電話をかける時とほとんど同じ手間でテレビ電話が繋がります。

■ オンライン相続セミナーのコツ①「対象者を絞る」

あなたはあなたが開催する相続セミナーに、
どんな人が参加してもらいたいですか？

70 代以降の

「自分の相続の準備を考えている」
という方でしょうか？

それとも

「高齢の親の相続の準備を始めたい」
と考える、40代～60代の方でしょうか？

オンライン相続セミナーを開催するコツの1つは、
「対象者を絞る」
ということです。

対象者を絞ることで、
限定したテーマでお話できます。

例えば、

最初のうちはパソコンやスマホの操作に慣れている人だけを集めたい、
とするならば、比較的若い世代の方を中心に告知すると良いでしょう。

「〇〇市にお住まいの40代の長男長女限定！
親の健康が少しだけ気になり出したら聞いておきたい
相続対策の最初の一步セミナー

※このセミナーはオンライン開催ですので、
ご都合の良い場所からお気に入りの飲み物を片手にお気軽にご参加ください」

という感じで告知していくと、
パソコンやスマホ操作に明るい方だけの参加が見込まれますね。

また、親御さん世代の方に参加してもらいたいならば、

「親が70歳を過ぎたら一度は親子で聞いておきたい！
〇〇市に住む人限定の親子で考える終活セミナー」

というように、

「告知は子ども世代に、参加は親子で」

という形もいいですね。

セミナーの対象者を絞るという考え方は
オンライン開催だけではなくてリアルof相續セミナー開催の時にも必要になっ
てきますので、
ぜひ様々なパターンを試してみてください。

■セミナー集客のコツ

リアル開催でもオンライン開催でも、
集客をする時に知っておいてもらいたいポイントを最後にお伝えします。

セミナー集客にプレッシャーを感じる必要はない、
とお伝えしてきましたが、
そうは言っても参加者が0人ということが続くのは辛いですよ。

そうならないためのささやかなアドバイスを。

セミナー集客は最後まで諦めないことが大切です。
理由は2つあります。

理由その①：人がセミナーに申し込むタイミング

セミナー告知してからセミナー当日まで、
一番申し込みが入りやすいタイミングがいつか知っていますか？
それは

告知直後の2日間と開催直前の2日間

です。

私はこれを知らなかったころは、セミナー当日の数日前に参加者が0人だと浮
かない気分为数日過ごしてしまう時がありました。

今はこの事実を知っていますので、
セミナー開催前日の夜まで、何かできる手段はないかと考えて積極的な行動を
とることができるようになりました。

あなたもセミナー告知直後の2日間と、セミナー当日直前2日間に申し込みが増える可能性が高いことを理解しておいてください。

理由その②：諦めない活動の積み重ねがあなたの相続ビジネスを強くする

最後までセミナー集客を諦めずに積極的に活動することは、あなたの相続ビジネスを強くしてくれます。

例えば直近のセミナー参加人数が増えるという結果に繋がらなくても、

「今回うまくいかなかった理由は何だろう？」
「改善できるポイントを洗い出そう」
「うまく行ったところは継続しよう」
「うまくいかなかった点は次回はどうしてみよう」

という検証と改善ができることで、得るものはとても大きくなります。

あなたの相続ビジネスは長く継続していくのです。
目先のセミナーの参加人数に一喜一憂する必要はありません。

全力で取り組んだ経験の積み重ねが、あなたの相続ビジネスをより強くしてくれますので、最後まで諦めない活動を継続してくださいね。

■終わりに

いかがでしたか？
相続セミナーを開催することは、目的ではなく手段です。

あなたの真の目的は、相続セミナーを開催することではなく、あなたが学んできた相続の知識や過去のビジネスキャリアを元に、相続のことで困っている人の助けになることのはずです。

その目的を果たすための手段として、
あなたが戦略的に相続セミナーの自主開催を継続してください。

このセミナーがその一助になれば幸いです。

あなたの相続セミナーが、
クライアントの助けになり、感謝され、
そして相続ビジネスの売上アップにつながることをお祈りしています。

■ 追伸

今回登録していただいた

【相続マーケティング研究所 むねお所長のメルマガ】

では、
読むだけであなたの相続ビジネスがより良くなる、
相続マーケティングの有益な情報をお届けしていきます。

配信は毎週（月）（水）（金）の3回です。

どうぞ楽しみにしていてくださいね。

相続マーケティング研究所 むねお所長こと

かわぐちむねはる
川口宗治