

【大人気オンラインワークショップ参加者募集】

～昨年度のワークショップ参加者売上増加額 1社あたり平均約70万円増～

■各回のワークショップ内容

1回目:

「プロダクトの強み」と「顧客から選ばれる理由」の言語化

30万円以上のショップでも見つけることが難しい「自社の強み」。難しい言語化を講座の中で「壁打ちに近い形」でZoom機能を活用して行います。

講師だけでなく参加者である第三者からコメントをもらいながら実施することで、強みと顧客から選ばれる理由を言語化します。

2回目:

商品コンセプトの重要性及び言語化から広告コピーの作成

第1回で固めた「ブランドの強み」を広告コピーに変えていきます。売れるコピーに必須である「具体性」、「独自性」を徹底講義。後半は実際に作ったコピーを添削しながら第3回の添削会へ繋げていきます。

3回目:

販促文章の添削会、売れる文章を完成させる

第1回、第2回で完成した文章を最後にブラッシュアップ。90分の時間内で添削を行うことで第4回の「広告出稿」のための準備を行っていきます。後半ではCanvaを活用してバナーや動画を作成する考え方を説明、第4回の「広告出稿本格講座」の準備に向けた説明を行います。

4回目:

meta広告出稿講座。改めて出稿方法と売れるためのクリエイティブ改善を全員で実践

上級者に向けて改めてmeta広告の「三浦流」の出稿方法を教えます。ピクセルの設置について解説、全員で出稿をするところまで行います。

ターゲティングの設定方法やAdvantageShoppingCampaignの活用方法と基礎知識の説明を行います。

5回目:

meta広告の検証方法を徹底解説。見るべき指標を教えます。成長エンジンの「広告力」アクセルを踏む準備ができているか?を検証

meta広告を出稿したのちに見るべき指標を解説します。CPM,CPA,ROAS,CTR見るべき指標について説明しつつ参加メンバーからの質問に全て答えていきます。少人数だからできる広告運用の公開アドバイス会です。

30万円以上の売り上げを取るには広告の活用が必須。でも費用対効果への懸念や「アクセルを踏んでも大丈夫だろうか」という懸念があると思うので、参加メンバーの広告の運用状況から具体的に個別アドバイスします。

アクセルを踏むべきでないメンバーもいる場合は、どのような指標で考えるべきかのアドバイスをします。

6、7、8回目:

3店舗限定公開コンサル

公開コンサルを行います。他の参加メンバーのサイトへの指摘などを三浦と参加メンバーで相互に行うことで、一緒に売れるための戦略を検討していきます。一回3店舗限定のアドバイスをします。