

# 友人紹介をヒットさせる! — 前編

第4回

塾経営・人事戦略コンサルタント 小林 由香

自己満足を卒業しよう

成功率アップの生徒募集法

おそらくこの塾でも何らかの形で取り組まれているであろう「友人紹介」施策。実は、取り組み方によって最も成果に差が出るのがこの施策ではないかと思っています。今月〜来月の「回」にわたって、この「友人紹介」を取り上げ、塾内の盛り上げ、紹介促進、塾生化への成功率アップを図ります。

友人紹介キャンペーンはなぜ盛り上がりがない?

多くの塾をお邪魔して集客アドバイスをさせて頂いたと、ほとんどの塾で、塾生による「友人紹介キャンペーン」が行われていることがわかります。ところがこの「友人紹介キャンペーン」に、残念なことにほとんどの塾で、「いや〜、頑張っと呼びかけているのですが、うちの生徒は冷めていて…」と、盛り上がりなさを嘆かれます。

セミナーでもよく採り上げるのですが、友人紹介キャンペーンが盛り上がりがない原因は、①年から年中、キャンペーンを



小林 由香 ● しばやし ゆか  
元大手上場学習塾校長。コンサルティング会社にて、新入社員から管理者層まで、幅広く教育研修を展開するほか、人事制度策定を専門分野としてコンサルティング活動を展開中。特に塾業界にマッチした人事制度、給与の決め方、講師のモチベーションアップ、アルバイト講師の戦力化などのテーマでのコンサルティング実績は豊富である。著者に『塾予備校版 仕事の基本マスターブック』があり、業界初の講師マニュアル本として好評発売中。  
● 問い合わせ先 小林 教育・マネジメントオフィス  
TEL. 075-241-5858  
E-mail: kobayashi@k-em.jp

乱発し過ぎて、マンネリ化してしまっている②紹介者特典が塾生にとって魅力的な内容になっていない③やっている塾側も盛り上がりがない④の三点ではないかと思えます。

キャンペーンは期間を区切って企画を

多いのが、キャンペーンの乱発です。春先には「新年度・キャンペーン」、GWが明けると「中間テスト対策の紹介キャンペーン」、そのあとすぐに「期末テスト対策紹介キャンペーン」、ほとんど同時進行で「夏期講習への紹介キャンペーン」…。これ

では新鮮味がなくなり食傷気味になるのは当たり前ではないでしょうか。

この例のように「中間テスト対策」などと対象をハッキリさせている場合はまだマシですが、どうかすると、期間を決めずに一年中だらだらと、ただ何となく、キャンペーンが続いている塾さえ見られます。これでは盛り上がりようがありません。

友人紹介キャンペーンを盛り上げるには、まずは期間をキツチリ区切り、メリハリをつけることをお勧めします。

キャンペーン企画の具体例

企画の手順について説明すると、①まずはキャンペーン期間を決める②告知期間・盛り上げ期間を決める③準備・作業的なことを行うという「逆算」になります。

新年度募集を例にとると、①は3月1日から3月25日まで（春期講習の前日まで）、②は2月22日から28日までの一週間、③は2月20日までに済ませてお

くといった感じですね。  
ポイントは、期間は、始まりと「終わり」を明確に決めること、紹介期間に入ってからでなく、それ以前に予告することによってキャンペーンが始まったときには塾生に認知されている状態を作っておくこと、またこの期間中にポスター掲示や紹介カード配布、授業時のトークなどで盛り上げをはかること。当然ポスター作成や紹介カードの準備などは20日頃には終わっていないといけませんね。

待望の「生徒集客本」好評発売中!!

本連載の筆者・小林由香が、「マスターブック」、「マネジメントブック」に続く第3弾として「集客マニュアルブック」を2月に発売。第3弾は、学習塾関係者が最も高い関心を持つ「生徒募集」に特化した内容。詳しくは、下記ホームページをご覧ください。

問合せ先：JESDA (03 - 3384 - 8991) 山本まで  
<http://jesda.net/>