



第12回 ASSIST勉強会

テーマ②「評判の上げ方」

◆本日のテーマ「評判」とは

- ・ 評判と知名度の違い
- ・ 評判は相対評価である

◆評判の高め方「知名度を高める」

- ・ 皆さんが思っているほど、地域の方は皆さんの塾を知らない。
- ・ 消費者の記憶は薄れていく。塾を必要と感じた時に記憶している塾に入塾する。

⇒外に知らせる必要がある。

⇒広告は「知名度」を上げるために反応が無くても出し続けなければならない。

■当社の取り組み

- ・ 講習前のチラシ配布（年3回）
- ・ 毎月校門前配布
（定期テストごとに毎回、学校スケジュールごとに毎回）
- ・ 定期的なイベントの実施
（学習系、遊び系 内部生の友人に対しての取り組み）

◆ 「評判は相対評価」

相対評価の尺度

消費者は各個人で100点持っており、それを塾ごとに点数分配していく。

⇒強い競合がいると、評判は上がりにくい。

（ここと同じ手法を取るのは大変。違う手法で勝負）

⇒他の塾から点数を奪う、それが相対評価。

「成果」と「報・連・相」

- ・成績を上げる。
- ・生徒、保護者とのホウレンソウで正当な評価を受ける。

◆「評判」の上げ方

1. ある分野でNO1になる。（またはONLY1になる）

当社例

「学びホーダイ」…どこにもない授業料システム

2. やりすぎる。

当社例

「課題達成型 学習プログラム」…できるまで帰さない。

「合宿」…一日18時間の勉強合宿。

塾の本分は「成績を上げること」。いわば「上げて当たり前」。ただ上がっても評判は上がらない。インパクトのある上げ方

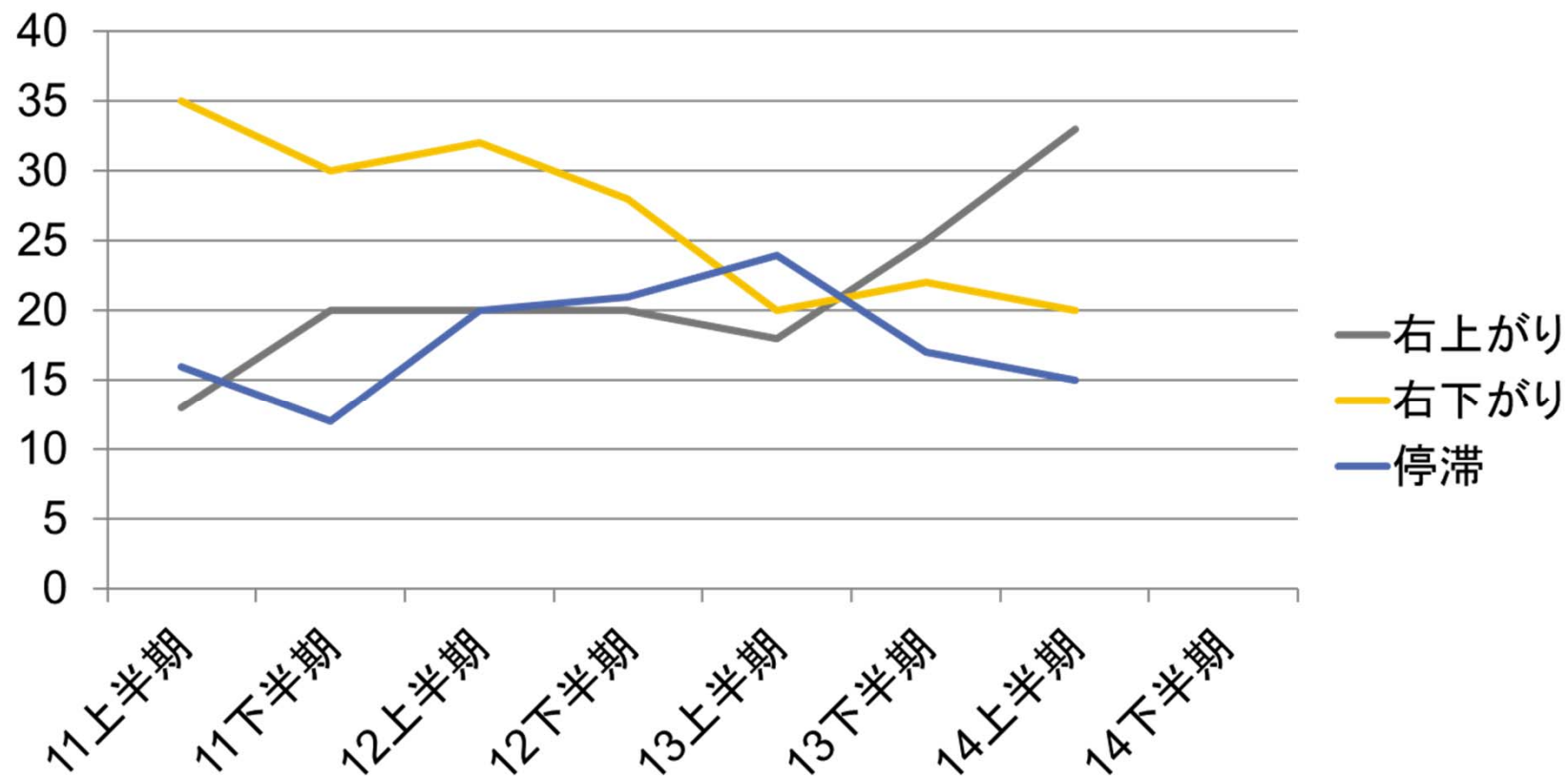
⇒ただ成績を上げるのではなく、上記手法で「驚くほど」成績を上げる。これが当社の評判の上げ方である。

◆ 「評判」の発信源は？

- ・ 塾は狭い商圈でのビジネス。良い評判も悪い評判も広がりやすい。
- ・ 評判の発信源は「塾生・保護者」

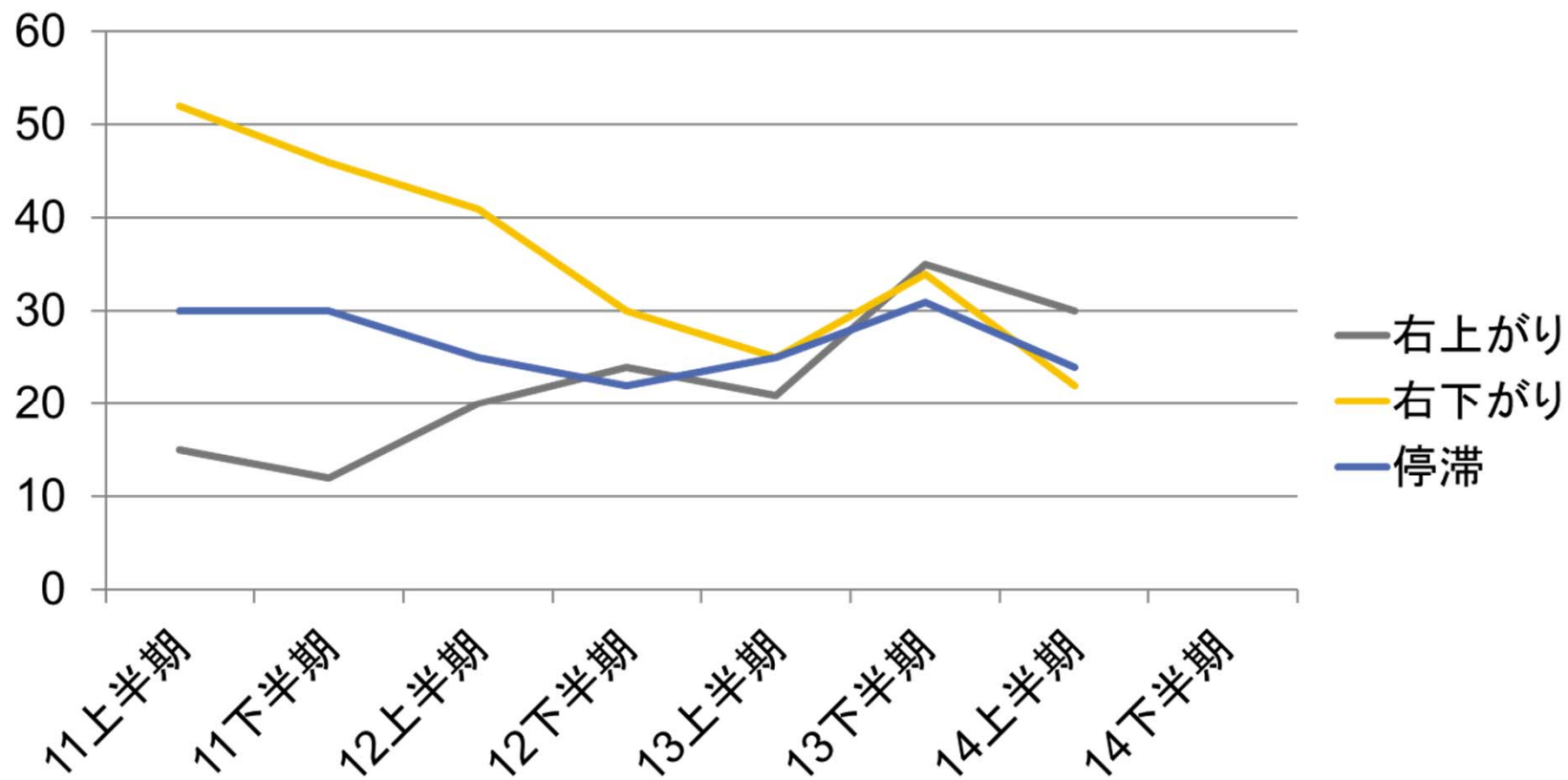
彼らに圧倒的なサービスを実施し、口コミを広げてもらう。変容を周りから評価してもらう。

◆「月次生徒数推移」



前年度対比をみて、同時期の自分を上回る数字をだす！

◆前兆判断「月次問合せ数推移」





第12回 ASSIST勉強会

テーマ②「評判の上げ方」