

マーケティングカレッジ (MARC) 体験説明会

～実務で役立つ実践マーケティングを身に付ける～



マーケティングカレッジ MARCとは？

マーケティングカレッジ（MARC）とは

1. 全てのビジネス、経営において最も重要な

『マーケティングカ』

2. 学びながらも収益をあげる仕組み

『超実践的カリキュラム』

3. マーケティングツールを使い個人や会社の認知を広げる

『影響力』

を養うことができます。

マーケティングの仕組みは

理論でつくれる

マーケティングの仕組みは

理論でつくれる

弊社事業内容

実践研究型WEBコンサルティング

コンサルティング事業

WEBマーケティング



教育事業



輝きベビー保育園(江戸川区)

店舗事業



美容室mahoroba(恵比寿)



通販事業

ヨーグルト種菌・周辺機器

会社概要

- 会社名** : FunTre株式会社
- URL** : <http://funtre.co.jp>
- 所在地** : 東京都新宿区
- 社員数** : 65名 (パート含む)
- 設立日** : 2011年5月9日
- 事業内容** : WEBコンサルティング
WEB集客の教育サービス
海外向けプロモーション

『本物』を世界に。

世の中で埋もれている技術、
研究、サービス、文化を、デジタルマーケティングを使って、
世の中に発信する方法を日々研究、開発しております。

世の中の”本物”が日本中に、
そして世界中に広がることによって、
日本がより楽しい、素晴らしい国に成長していくことに
貢献したいと思っております。

コンサルタント事例



FunTre トップコンサルタント
元 有名レストラン店長
法人コンサルティング担当

熊倉弘晃

- ◆ 4年前にコンサルタントとして FunTre株式会社に入社
- ◆ **元レストランの店長**からマーケティングコンサルタントに転身
- ◆ **大手企業、有名施設**のコンサルティング案件を担当
- ◆ 収益化困難な赤字事業を**黒字化**
- ◆ **好きな場所で仕事をする**ライフスタイルを獲得

コンサルタント事例



FunTre トップコンサルタント
教育ビジネスマーケティング支援協会代表
理事
起業家コンサルティング担当
黒川光智

- ◆ 4年前にコンサルタントとして FunTre株式会社に入社
- ◆ 0から半年で月500万円の売上を上げたクライアントなど、年間70社以上のコンサルティングを実施
- ◆ 30以上の協会ビジネスのコンサルティングを実施
- ◆ 教育ビジネスマーケティング支援協会代表理事に就任

コンサルタント事例



FunTre シニアコンサルタント
動画戦略学科講師
松村 泰久

- ✦ 1年前にコンサルタントとしてFunTre株式会社に入社
- ✦ 3年前にFunTre株式会社のマーケティング基礎講座を受講
- ✦ その後、起業家として**月500万円**の売上を獲得
- ✦ 半年でマーケティングカレッジ、ITアシスタントの2事業を立上げ

何かから集客を

始めればいいのか？

マーケティングの型

1. ビジネスの切り口の見つける (コンセプトメイク)
2. 最適なマーケティングツールを使う (メディア戦略)
3. 点を線でつないでいる (動線設計)
4. 広告の力を使う (広告戦略)
5. コミュニティの力を使う (コミュニティ戦略)

1. コンセプトメイク

コンセプトとは？

1. 概念。

2. 企画・広告などで、
全体を貫く基本的な観点・考え方。

マーケティングのコンセプトとは？

営業が売り込まないでも、
置いていたら勝手に売れていく、
商品やサービスの切り口

1. コンセプトメイク

誰に何を提供するのか？

魅力的に

自己紹介タイム

1. **ご自身の自己紹介（15秒）**
 - **どこで、誰に、何を？**
 - **提供している自分なのか？**
2. **マーケティングで何をしたいか？**

ターゲットをさらに絞り、行動パターン、行動原因を追求、ヒットコンセプトをづくりにつなげる

1 ロングヒット集客メディアワークシート

ターゲットの属性

【ステップ1】
あなたが出会いたいお客様はどんな人ですか？
実在するお客様や友人、過去の自分の中から書き出してみましょう！
※必ず実在する人をターゲットとしましょう。架空の人物はターゲットにしないでください！

【ステップ2】
あなたが出会いたい理想のお客様はどんな人ですか？まず1人に絞り込んでください。
そのお客様像を分解してみましょう

年齢	
性別	
独身 or 既婚	
家族構成	
現在の職業	
年収	
住んでいる地域	
その他(性格や行動パターンなど)	
起る時間	
寝る時間	
趣味・嗜好	

Copyright © 2016 FunTre株式会社 All Rights Reserved

8

1 ロングヒット集客メディアワークシート

『という悩みや欲を抱えている人が』

『になれる／ができるようになる』

者でセミナー講師)で自分の売上の限界を
脅やしながら売上を上げられるようになる

1 ロングヒット集客メディアワークシート

1 ロングヒット集客メディアワークシート

られる成果40

1 ロングヒット集客メディアワークシート

1 ロングヒット集客メディアワークシート

19

13

17

9

1. コンセプトメイク ワーク

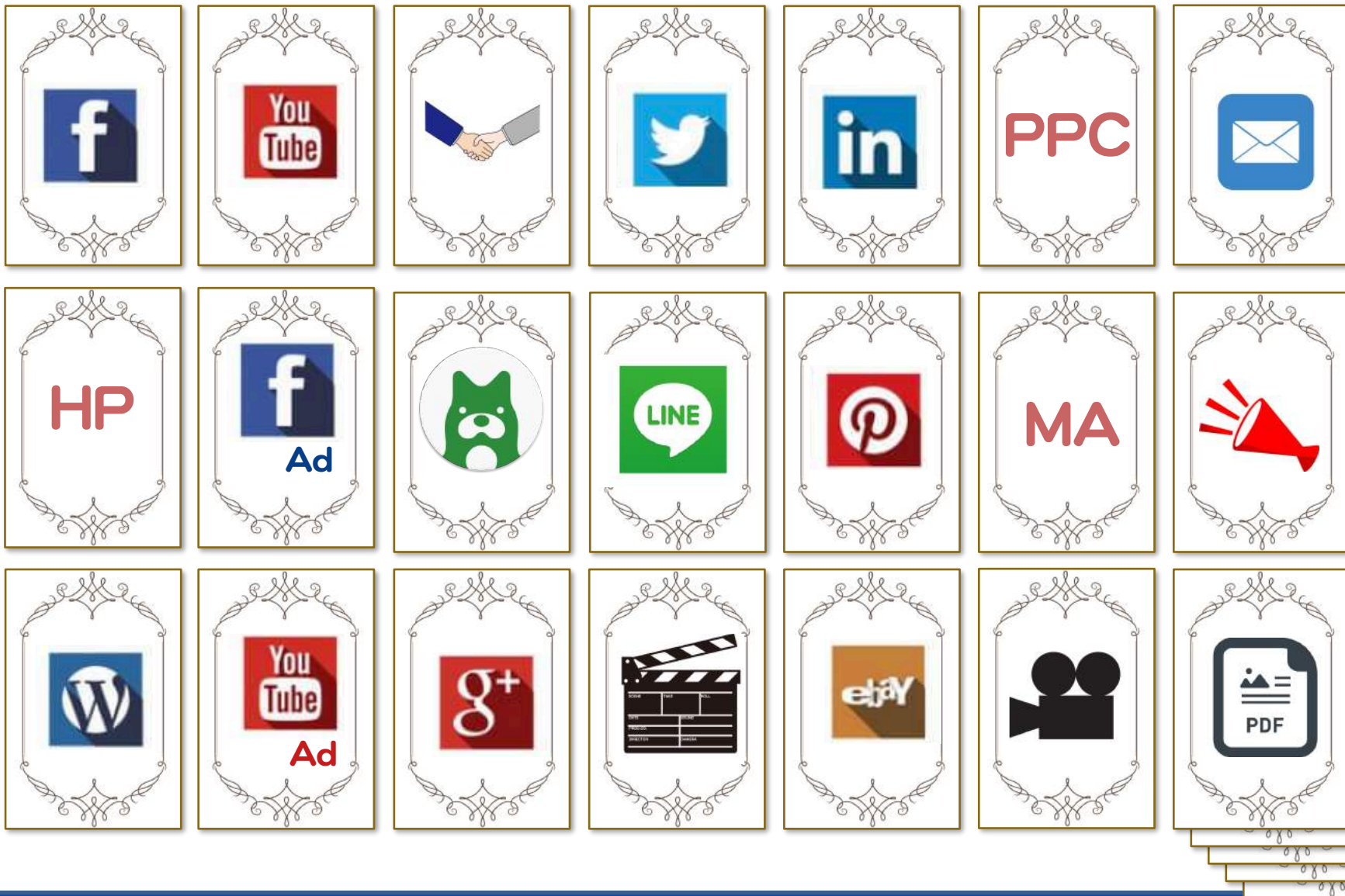
- 1. ターゲットを一人に絞る**
- 2. ターゲットの悩みを書き出す**
- 3. 自社の強みを掛け合わせる**
- 4. コンセプトをブレストする**

2. メディア戦略

3. 動線設計

100通り以上の戦術

実践、研究したメディア・ツールの中から
業種や事業に応じた最適な打ち手を選択



マーケティングの指標

効果

期間
(効果までの
の)

労力

トレンド

難易度

ターゲットとの
親和性

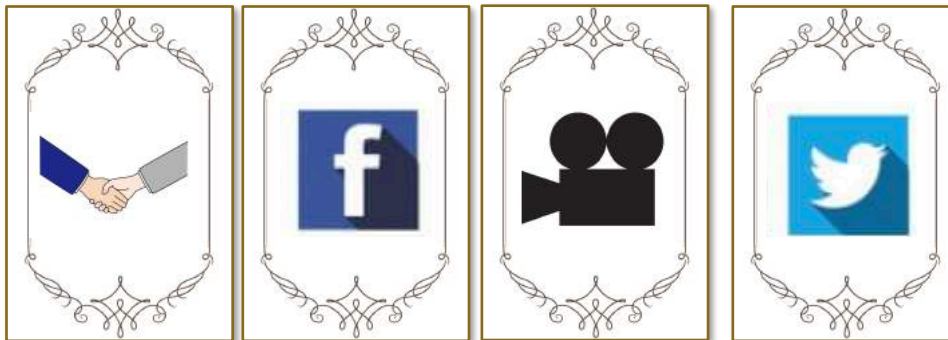
マーケティングの指標



100通り以上の戦術の効果やかかる労力、難易度を数値化

戦術	特徴	マーケティング効果	効果が出るまでの期間	かかる時間	難易度
Facebook投稿(1日1投稿)	もっとも効果が出やすい。 一方で1日1投稿だと期間がかかってしまう	★★	3ヶ月	★★★	2
Facebook投稿(1日5投稿)	もっとも効果が出やすい。 1日5投稿だと1ヶ月ほどですぐに効果が出る。 自分の名前を出したくない、企業としてマーケティングしたい場合は難しい	★★★★★	1ヶ月	★★★★★	5
Facebookライブ投稿	簡単に始めることができ効果が出やすい。 ただ日々のFacebookの発信を行っていないと効果が半減してしまう	★★★	即日	★★	3
オープンキャンペーン	キャンペーン時に既に発信力のある人に応援をお願いすることで効果が出る。 オープン時なので他者も応援しやすい。お願いできる相手が必要になる	★★★★★	3日	★★★	4
メールマガジン7通	見込み顧客と信頼関係を築くために効果の高い戦略。 ただ7通だけだと信頼関係ができる前に終わってしまう	★	3日	★	2
メールマガジン180通	見込み顧客と信頼関係を築くために効果の高い戦略。 180通続けることで遠方の方や、慎重なターゲットの行動を促すこともできる	★★★	3日	★★★★	4
メールマガジン365通	見込み顧客と信頼関係を築くために効果の高い戦略。 365通続けることで遠方の方や、慎重なターゲットの行動を促せ、毎日来るというインパクトも大きいので信頼も深くなる	★★★★★	3日	★★★★★	5
オウンドメディア	完成させた場合、最も安定したマーケティング効果がある。 匿名でできるのでB to BIにもオススメ。一方で作り上げるのに多くの時間と労力がかかってしまうので始めるには覚悟が必要 一方で集客ができないと開催もできない。プレゼンテーション能力も必要となる	★★★★★★	半年~1年	★★★★★★	5
セミナー	1対多で見込み客と接触ができ、その場で商品・サービスの販売ができる。一方でセミナーよりも集客が難しい。 複数回開催することは難しいのでセミナーと合わせて戦略を組むべき	★★★	即日	★★	2
説明会	1対多で見込み客と接触ができ、その場で商品・サービスの販売ができる。一方でセミナーよりも集客が難しい。 複数回開催することは難しいのでセミナーと合わせて戦略を組むべき	★★	即日	★★	2
ランチ会	1対多で見込み客と接触ができ、少人数でも開催しやすい。 主婦や女性がターゲットの場合に効果を発揮し、B to Bやサラリーマンを相手にした場合は効果が小さい	★★	即日	★	1
朝活	1対多で見込み客と接触ができ、少人数でも気軽に開催しやすい。 B to Bやサラリーマン相手に効果を発揮し、主婦や女性をターゲットにした場合は効果が小さい	★★	即日	★	1
商品づくり	1対多で見込み客と接触ができ、少人数でも気軽に開催しやすい。 B to Bやサラリーマン相手に効果を発揮し、主婦や女性をターゲットにした場合は効果が小さい	★★	3ヶ月	★★	2
会員制商品	定期的な売上につながる。また少額でできるため、今まで商品やサービスを購入しなかった方にも販売できる。 短時間で大きな収入源とすることは難しい	★★★	半年~1年	★★★	4
MA	効率的に見込み客を顧客にすることができる。 B to BIには特に有効。インフュージョンソフトのようなMAソフトが必要になり、システム操作に慣れることが必須条件	★★★★★	3ヶ月	★★★★★	3
LINE@	メルマガよりも手軽に始めることができ、ファン度も高くすることができる。 一方でファン度が高くない見込み客にはブロックされてしまうので幅広くファンをつくることには向いていない	★★★	即日	★★	2

会社のターゲット、目標に合わせた戦略設定



- リブランディング
- ホワイトペーパー
- リード獲得
- インスタグラム
- 動線設計
- コンテンツ制作
- マーケティングオートメーション
- SEO対策
- 顧客管理
- ソーシャルメディア

SHIKUMIKA マーケティング

獲得

- ✓ 見込み客の顧客情報入手する
- ✓ 見込み客の比較検討対象の中に入る

信頼関係

- ✓ 自社で買ってもらえるような信頼を得る
- ✓ 比較検討対象の中から選ばれる

フロント商品

- ✓ 最初の商品を購入してもらう
- ✓ 直接相談を受ける

定期購入・エンド商品

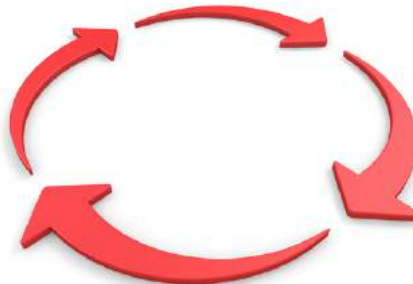
- ✓ 定期的に商品を購入してもらう
- ✓ 高単価の商品を購入してもらう

リピート・紹介

- ✓ もう一度商品を購入してもらう
- ✓ 友人や知人、SNS上で紹介してもらう

認知・出会い

- ✓ お客様に知ってもらう



4. 広告戦略

広告は徹底的に データ分析

確定拠出年金制度...

イベントを作成

支払い

支払い履歴

榎本 拓也さん、石塚 洋輔さん、他2人が東京中央経営株式会社について「いいね！」
& quot;と言っています。



東京中央経営株式会社

広告 · 3

いいね!

【緊急開催】10年間、一切返済不要の政府緊急特別枠の公的融資・補助金とは？



10/26(水)名古屋で10年返済不要の公的融資無料説明会

【3,300社以上の公的融資の支援実績】経営革新等認定支援機関の公的融資・資金調達のスペシャリストが語る、10年間、一切返済不要の政府緊急特別枠の公的融資・補助金とは？

[HTTP://WWW.TOKYOCM.COM/FBLP/](http://www.tokyocm.com/fblp/)

詳しくはこちら

28人

シェア1件

いいね!

コメントする

シェアする

Buffer



黒川 光智さん (📍 塚田農場 飯田橋東口店)。

21時間前 · 東京都 千代田区 · 3

友達リクエスト

すべて表示



Mikan Takahashi

友達リクエストを承認



久我 保正

共通の友達7人

友達リクエストを承認



吳 知暁

友達リクエストを承認

広告

広告を作成



10/26(水)名古屋で10年返済不要の公的融資無料説...

<http://www.tokyocm.com/fblp/>

【緊急開催】10年間、一切返済不要の政府緊急特別枠の公的融資・補助金とは？

日本語 · English (US) · Español · Português (Brasil) · Français (France)

+

プライバシー · 規約 · 広告 · AdChoices · Cookie · その他

Facebook © 2016

あなたの強みと才能から創る
組み合わせ起業ワークシート



大好きなことで自宅教室開業



スタッフだけでも
売上を落とさない
仕組み化経営法

引き寄せ体質になる動画プレゼント！



教室開業の
夢実現！

自宅で開く教室成功のルール
無料メール講座プレゼント



思わず開封したくなる
メルマガタイトル30選 無料プレゼント



営業力が
上がる方法
プレゼント！



人前でも緊張せずに
話せるようになる



音源無料
プレゼント



スマホだけでつくる
集客動画



スマホだけでつくる
集客動画

Facebook 広告の 特徴とは？

個人が暇つぶしで 遊ぶ場所

CASE1

料理教室のバナー広告

A

毎日カラダに入れるからこそ食事を大切に。女性が知りたい、美しくなる料理って？



B

毎日カラダに入れるからこそ食事を大切に。女性が知りたい、美しくなる料理って？



C

毎日カラダに入れるからこそ食事を大切に。女性が知りたい、美しくなる料理って？



D

毎日カラダに入れるからこそ食事を大切に。女性が知りたい、美しくなる料理って？



A > D > B > C

A 5.48%

D 4.31%

B 3.59%

C 3.02%

A



B



C



D



CASE2

ダイエット講座のバナー広告

A



B



C



C > B > A

C 5.11%

B 3.88%

A 1.38%

A



B



C





マーケティングカレッジ MARCとは？

マーケティングカレッジ（MARC）とは

1. 全てのビジネス、経営において最も重要な

『マーケティングカ』

2. 学びながらも収益をあげる仕組み

『超実践的カリキュラム』

3. マーケティングツールを使い個人や会社の認知を広げる

『影響力』

を養うことができます。



マーケティングの型を知る カリキュラム

基礎

- 【3】 マーケティング戦略学科
- 【3】 インスタグラム学科
- 【3】 フェイスブック学科
- 【3】 動画オンライン集客学科
- 【3】 LINEマーケティング
- 【3】 WEBライティング基礎学科
- 【3】 Webデザイン
- WEBコンテンツ制作学科
- 【3】 プレゼンテーション学科
- 【3】 海外マーケティング研究学科
- 【3】 ビジネスモデル学科

応用

- 【3】 初級アントレプレナー学科Ⅰ
- 【3】 上級アントレプレナー学科Ⅱ
- 【3】 出版ブランディング学科Ⅰ
- 【3】 出版ブランディング学科Ⅱ
- 【3】 事業企画プロポーザル学科
- 【3】 マーケティング戦略応用学科
- 【3】 コーポレートブランディング学科



入学金・受講料

入学金・受講料

【入学金】 25,000円（最初の1回のみ）

【受講料】

単科コース：144,000円・・・3ヶ月（120分×6コマ）

※単科コースで修了した科目の受講料は、将来全科コースに進学された際に
受講料から差し引かれます

An aerial view of a city with a network of white lines overlaid, suggesting a digital or marketing strategy. The background is a solid blue color.

マーケティング戦略学科 【基礎】

【基礎】 マーケティング戦略学科

1. マーケティング戦略コンサルタント 総論
2. 競争が必要なくなる
コンセプト&ブランディング
3. 自然と売れる商品づくり
4. 最も効率よく人が集まる
メディアの見分け方&使い方
5. 相手から申し込みが入り続ける
マーケティングの仕組みづくり
6. 売り上げを左右する3つの力

ターゲットをさらに絞り、行動パターン、行動原因を追求、ヒットコンセプトをづくりにつなげる

1 ロングヒット集客メディアワークシート

ターゲットの属性

【ステップ1】
あなたが出会いたいお客様はどんな人ですか？
実在するお客様や友人、過去の自分の中から書き出してみましょう！
※必ず実在する人をターゲットとしましょう。架空の人物はターゲットにしないでください！

【ステップ2】
あなたが出会いたい理想のお客様はどんな人ですか？まず1人に絞り込んでください。
そのお客様像を分解してみましょう

年齢	
性別	
独身 or 既婚	
家族構成	
現在の職業	
年収	
住んでいる地域	
その他(性格や行動パターンなど)	
起る時間	
寝る時間	
趣味・嗜好	

Copyright © 2016 FunTre株式会社 All Rights Reserved

8

1 ロングヒット集客メディアワークシート

『という悩みや欲を抱えている人が』

『になれる／ができるようになる』

者でセミナー講師)で自分の売上の限界を
脅やしながら売上を上げられるようになる

Copyright © 2016 FunTre株式会社 All Rights Reserved

19

1 ロングヒット集客メディアワークシート

られる成果40

Copyright © 2016 FunTre株式会社 All Rights Reserved

13

1 ロングヒット集客メディアワークシート

Copyright © 2016 FunTre株式会社 All Rights Reserved

17

1 ロングヒット集客メディアワークシート

Copyright © 2016 FunTre株式会社 All Rights Reserved

9

バックエンド商品

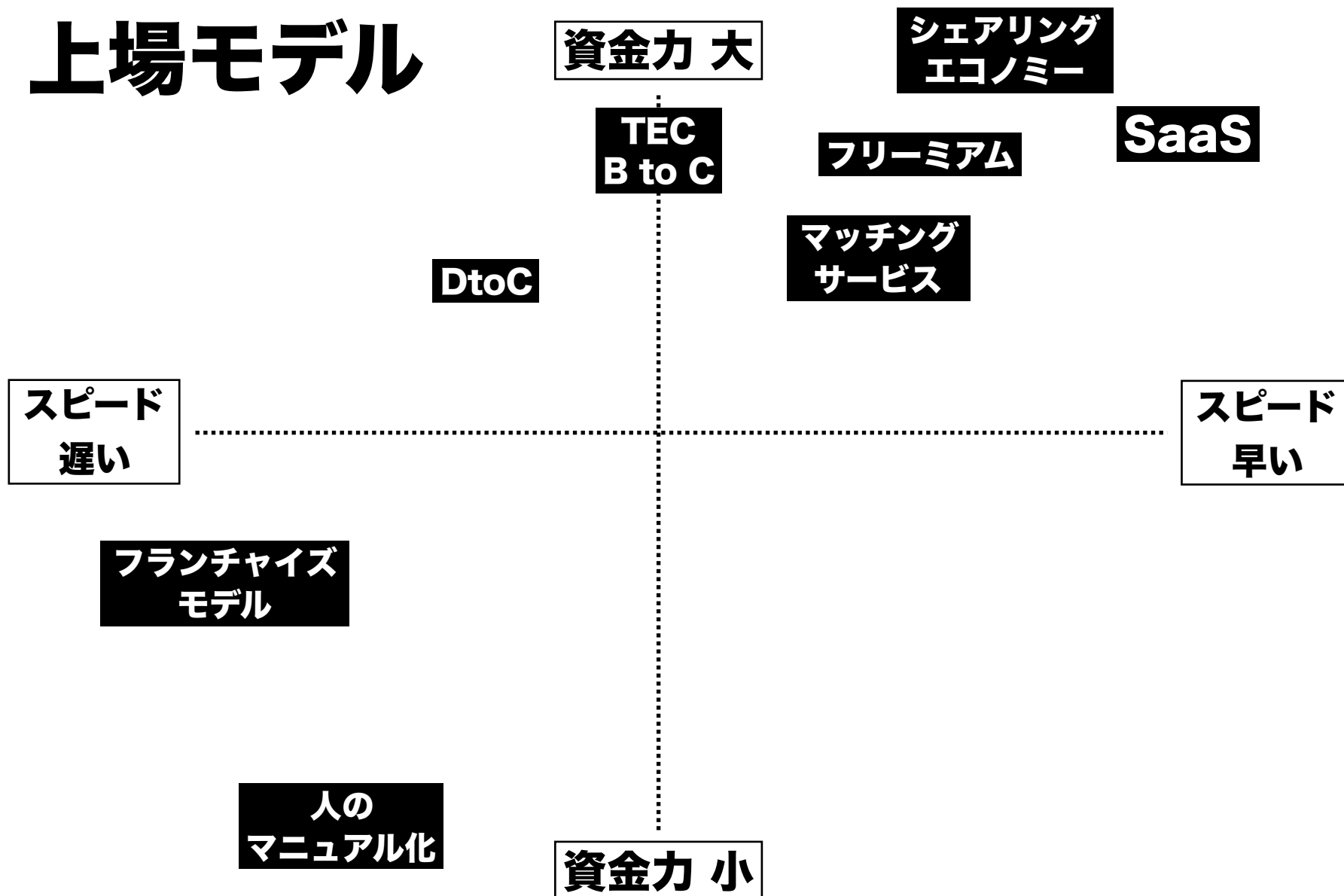
バックエンド作り表

タイトル	
お客様のゴール	
内容	
経費	
期間	
かかる時間	
自分の時給	
価格	

※参考事例(FunTreの場合)

タイトル	ロングヒット集客プロデュースプラン
お客様のゴール	毎月コソコソ10人セミナーに集客できる『集客の仕組み』をつくり、理解してもらう。最終的に自分でできるようにする
内容	コンセプトワーク、メルマガ作成、Facebook 戦略、セミナーづくり、バックエンドづくり、キャンペーン、数と管理
経費	サイト制作 経費32万円
期間	全てを教えるために必要な期間 7ヶ月
かかる時間	個人コンサルティング 月 5時間 × 7ヶ月 = 35時間 グループコンサル(3回) 月 2時間 × 7ヶ月 = 14時間 メール対応 月 3時間 × 7ヶ月 = 21時間 合計70時間
自分の時給	合計実働時間70時間 × 時給2万円 = 合計必要価格140万円
価格	経費32万円 + 140万円 = 理論価格172万円 → 商品価格172万円

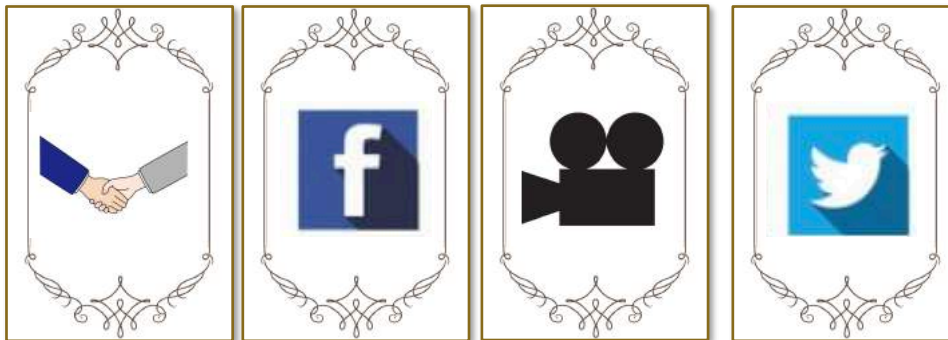
上場モデル



100通り以上の戦術の効果やかかる労力、難易度を数値化

戦術	特徴	マーケティング効果	効果が出るまでの期間	かかる時間	難易度
Facebook投稿(1日1投稿)	もっとも効果が出やすい。 一方で1日1投稿だと期間がかかってしまう	★★	3ヶ月	★★★	2
Facebook投稿(1日5投稿)	もっとも効果が出やすい。 1日5投稿だと1ヶ月ほどですぐに効果が出る。 自分の名前を出したくない、企業としてマーケティングしたい場合は難しい	★★★★★	1ヶ月	★★★★★★	5
Facebookライブ投稿	簡単に始めることができ効果が出やすい。 ただ日々のFacebookの発信を行っていないと効果が半減してしまう	★★★	即日	★★	3
オープンキャンペーン	キャンペーン時に既に発信力のある人に応援をお願いすることで効果が出る。 オープン時なので他者も応援しやすい。お願いできる相手が必要になる	★★★★★	3日	★★★	4
メールマガジン7通	見込み顧客と信頼関係を築くために効果の高い戦略。 ただ7通だけだと信頼関係ができる前に終わってしまう	★	3日	★	2
メールマガジン180通	見込み顧客と信頼関係を築くために効果の高い戦略。 180通続けることで遠方の方や、慎重なターゲットの行動を促すこともできる	★★★	3日	★★★★	4
メールマガジン365通	見込み顧客と信頼関係を築くために効果の高い戦略。 365通続けることで遠方の方や、慎重なターゲットの行動を促せ、毎日来るというインパクトも大きいので信頼も深くなる	★★★★★	3日	★★★★★★	5
オウンドメディア	完成させた場合、最も安定したマーケティング効果がある。 匿名でできるのでB to BIにもオススメ。一方で作り上げるのに多くの時間と労力がかかってしまうので始めるには覚悟が必要 一方で集客ができないと開催もできない。プレゼンテーション能力も必要となる	★★★★★★★	半年~1年	★★★★★★★	5
セミナー	1対多で見込み客と接触ができ、その場で商品・サービスの販売ができる。一方でセミナーよりも集客が難しい。 複数回開催することは難しいのでセミナーと合わせて戦略を組むべき	★★★	即日	★★	2
説明会	1対多で見込み客と接触ができ、その場で商品・サービスの販売ができる。一方でセミナーよりも集客が難しい。 複数回開催することは難しいのでセミナーと合わせて戦略を組むべき	★★	即日	★★	2
ランチ会	1対多で見込み客と接触ができ、少人数でも開催しやすい。 主婦や女性がターゲットの場合に効果を発揮し、B to Bやサラリーマンを相手にした場合は効果が小さい	★★	即日	★	1
朝活	1対多で見込み客と接触ができ、少人数でも気軽に開催しやすい。 B to Bやサラリーマン相手に効果を発揮し、主婦や女性をターゲットにした場合は効果が小さい	★★	即日	★	1
商品づくり	1対多で見込み客と接触ができ、少人数でも気軽に開催しやすい。 B to Bやサラリーマン相手に効果を発揮し、主婦や女性をターゲットにした場合は効果が小さい	★★	3ヶ月	★★	2
会員制商品	定期的な売上につながる。また少額でできるため、今まで商品やサービスを購入しなかった方にも販売できる。 短時間で大きな収入源とすることは難しい	★★★	半年~1年	★★★	4
MA	効率的に見込み客を顧客にすることができる。 B to BIには特に有効。インフュージョンソフトのようなMAソフトが必要になり、システム操作に慣れることが必須条件	★★★★★	3ヶ月	★★★★★	3
LINE@	メルマガもより手軽に始めることができ、ファン度も高くすることができる。 一方でファン度が高くない見込み客にはブロックされてしまうので幅広くファンをつくることには向いていない	★★★	即日	★★	2

会社のターゲット、目標に合わせた戦略設定



- リブランディング
- ホワイトペーパー
- リード獲得
- インスタグラム
- 動線設計
- コンテンツ制作
- マーケティングオートメーション
- SEO対策
- 顧客管理
- ソーシャルメディア

An aerial view of a city with a network of white lines overlaid, suggesting a digital or marketing theme. The background is a solid blue color.

マーケティング戦略学科 【応用】

**マーケティングにとって
一番貴重な情報は何？**

成功事例

完全に実践型のケーススタディ
&
実績が出たことだけを共有

基本ステップ

1. 一人のターゲット決定
2. ヒットするコンセプトづくり
3. ヒアリング5人以上
4. SNS & 商品づくり
5. メルマガ作成 or LINE公式アカウント
6. 講座・説明会・セミナーづくり
7. オウンドメディア
8. 広告戦略
9. 出版・マスメディア戦略

マーケティング戦略学科卒業生



- ◆ 薬剤師として勤務
- ◆ マーケティング戦略学科
皆勤賞で出席、テストも好成績
- ◆ 2ヶ月目に知り合いの薬局より
マーケティング支援の依頼あり
- ◆ 月額コンサルティング費用を
もらいながらコンサルティング開始

Sさん 30代 薬剤師

マーケティング戦略学科卒業生



- ◆ 結婚相談所
- ◆ 他の結婚相談所との差別化が難しい
- ◆ 学科中にターゲットを変更
- ◆ 自社の新概念をつくり
新たなマーケティングを開始

Kさん 40代 結婚相談所

インスタグラム学科



インフルエンサーになるための短期集中学科

Instagrammy



**メディアの育て方には
テンプレートがある**

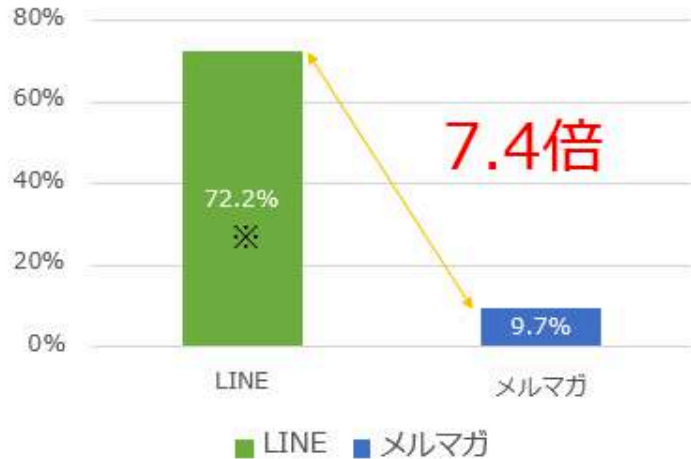
インスタグラム学科カリキュラム

1. プロフィールの作り方
2. 2000フォロワーまでの増やし方
3. フォロワーの質の増やし方
4. フォロワー数といいね！のバランスの整え方と分析方法
5. フォロワーとフォロー中のバランスの整え方
6. フォローしないでもフォロワーを増やす方法
7. 長続きするアカウント運用のマイルール
8. プロフィールの見直し
9. タグの付け方
10. 投稿の見直し、改行方法
11. 誘導先の設置
12. 誘導投稿の練習
13. 誘導率（コンバージョン率の）上げ方
14. 他のSNSとの相乗効果の上げ方
15. 複数アカウント運用術

LINEマーケティング学科

LINEとメールの開封率の違い

図1.メッセージを開封する割合



※72.2%は「すべて読んでいる」の34.9%と「どちらかというを読んでいるアカウントが多い」の37.3%の合算値

図2.購入のきっかけになった割合



- ・✂ メールに比べLINEでのメッセージの開封率は7.4倍
- ・✂ メールに比べ購入のきっかけになった割合は3.4倍
- ・✂ 日本においてLINEでのクライアント囲い込みは必須になっている

参考：株式会社ジャストシステムが「ECプロモーション別 消費行動調査」2016年

他社のLINEの活用状況 ドミノピザ

The image shows a screenshot of the Domino's website banner. At the top, there is a red navigation bar with the Domino's logo on the left and menu options: 'ピザメニュー' (Pizza Menu), 'サイドメニュー' (Side Menu), 'セットメニュー' (Set Menu), and 'サイトリスト' (Site List). Below the navigation bar, there is a black bar with the text 'ドミノ・ピザ | ひらけ、おいしさ。ピザはネット注文が便利！' and social media icons for Twitter, Facebook, Google+, Instagram, Pinterest, and LINE. The main banner has a green background. On the left, there is a white speech bubble containing the text 'ドミノ/簡単注文' (Domino's / Simple Ordering). Below it, in large yellow text, is 'LINEでピザ注文' (Order Pizza on LINE) and '★はじめました!★' (★ We've started! ★). To the right of this text is a QR code and a small speech bubble that says '今すぐ追加!' (Add now!). Below the QR code, there is text: 'QRコードリーダーでスキャンするとドミノ・ピザLINE公式アカウントを友だち追加できます。' (Scan the QR code with a QR code reader to add the official Domino's LINE account as a friend). On the right side of the banner, there is a smartphone displaying the Domino's LINE ordering interface. The phone screen shows the text 'ドミノ/簡単注文' and '注文するピザをお選びください' (Please select the pizza you want to order). Below that is an image of a pizza and the text 'チーズロール クワトロ・デライト ¥2,600〜(税込)' (Cheese Roll Quattro Delight ¥2,600~(tax included)).

- ・🌀 2015年9月よりLINE@での注文受付を開始
- ・🌀 Line@からの売上が開始4ヶ月で1億円超に
- ・🌀 現在はLineから新規客の割合が全体の7～8割に



ドミノ・ピザ



ることができておすすめです
よ 🍷 🌹

11:00

BIG WEDNESDAY 1 ピザ M L サイズ
1枚買うと
1/9 限定
2枚無料
CLICK! ▶



11:00

1/13(日)



三連休の中日はみんなでわい
わい 🍷 ピザパーティーなん



チェック

BIG SUNDAY

日曜日も 1枚買うと
2枚無料!

CLICK! ▶

2/3
限定



ドミノ/簡単注文

LINEでピザを注文
※事前にコネクトしてください



ドミノ・ピザ
スマホサイト



ドミノ・ピザ
お客様登録



お客様情報と
コネクト

LINE@で注文予約フォーム



メールアドレス / パスワードを入力
して接続ボタンを TAP !

他社のLINEの活用状況 日本郵便



- ・ 荷物の追跡や再配達の手配、配達のお知らせを通知サービスを提供
- ・ 忙しくて配達時に荷物を受け取れないというユーザーからの支持を得る
- ・ 年賀状作成サービスを実施したところ、120万枚の年賀状が注文

1回目	<p>LINE@の可能性と基本システムを知る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ LINE@を活用することのメリット ・ LINE@の基本性能
2回目	<p>LINE@をビジネスツールへ進化させる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネス活用するためのマインド ・ 運用する上で重要な”ポイント”
3回目	<p>LINE@を最短でマーケティングツールに育てる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ LINE公式アカウントで使うことのできる新機能 ・ LINE@で見込み客を集める方法
4回目	<p>LINE@を使って自分のファンをつくる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 反応されるメッセージの送り方 ・ 成約率を上げるコピーライティングの知識
5回目	<p>LINE@でコミュニティを構築する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 様々な機能を使って信頼構築する方法 ・ LINE@をオンラインサロン化する方法
6回目	<p>LINE@を使ってマーケティングを仕組み化する</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ LINE@と連携できる外部ツール ・ LINE@の中でのマーケティング導線のつくり方 ・ マーケティング設計

An aerial view of a city with a blue overlay and white network lines. The text "オンライン動画集客学科" is centered in white.

オンライン動画集客学科

1回目	動画集客の基礎 <ul style="list-style-type: none">• YouTube100万回再生の戦略ステップ• YouTubeでのライバルチャンネルを探す市場調査ワーク
2回目	YouTube集客の実践 <ul style="list-style-type: none">• YouTubeSEOの基礎• 一つの動画から再生回数を10倍にする動画設定
3回目	動画撮影・編集 <ul style="list-style-type: none">• スマホでの動画撮影のコツ• 継続するための動画ネタ倍増法
4回目	YouTubeアナリティクス <ul style="list-style-type: none">• 動画が再生されないときのアナリティクスの見方• タイトル、サムネイル、動画内容の改善方法
5回目	YouTubeパワーチャンネル育成 <ul style="list-style-type: none">• 1日10万回再生するパワーチャンネルの育て方• 立体的YouTubeチャンネル運営法
6回目	動画オンライン集客ベーシックの修了試験 <ul style="list-style-type: none">• YouTubeからの導線設計のキモ• 動画オンライン集客のまとめ• 学科修了・認定試験

MARCのメリット

- 実践している講師からの話が聞ける
- いつでも相談ができる
- テンプレートが豊富
- 遠方からでも同じ質の学びが受けられる
- 初めての方でもわかりやすく学べる
- 自分に必要な内容を選んで学べる
- マーケティングを学べる場所は他にない

マーケティング戦略学科



- ☑ 毎回の講義は録画して送付
- ☑ テンプレートやシート、資料も全て送付
- ☑ どんなご質問でもウェルカム
- ☑ WEBやPCが苦手な方もご質問可能
- ☑ 全ての仕事に応用が可能

成果がでる人と、でない人の違い

1. “何とかなる”は**何とかならない**
2. 遅い80点より、**早い40点**
3. ノウハウを**集めない**
4. 礼儀・感謝を忘れないまずは
5. _____

成果ができる人と、できない人の違い

1. “何とかなる”は**何とかならない**
2. 遅い80点より、**早い40点**
3. ノウハウを**集めない**
4. 礼儀・感謝を忘れないまずは
5. **こまめに相談する人**

- 1. ドタキャン率が下がる講座前に送るべきメール集**
- 2. 大人気になる講座の構成テンプレート**
- 3. 面白いほど契約がとれる、企画書作成術**
- 4. 契約率が上がる価格設定方法**
- 5. クロージング率が飛躍的に上がる、事前メール事例**

さらに、

魅力あふれる仲間との交流

学び続ける習慣が自然と身に付く

数々の**仕掛け**が用意された最新の学校です。



楽しい 大人の部活動



部活動を通じて感性を磨きながら仲間とのつながりを深める

マーケティングカレッジで学ぶと

- ◆ **独立起業（マーケティングカアップ）**
1年目から確実に目標達成できる起業家・経営者
- ◆ **キャリアアップ**
社内のマーケティングリーダー（昇級、昇給）
- ◆ **ITアシスタント**
ITを駆使した自由で新しい働き方
- ◆ **インフルエンサー**
企業のイメージアップ・販促をSNSで担う影響力
- ◆ **マーケティングコンサルタント**
世の中を素晴らしいものを発信する専門家

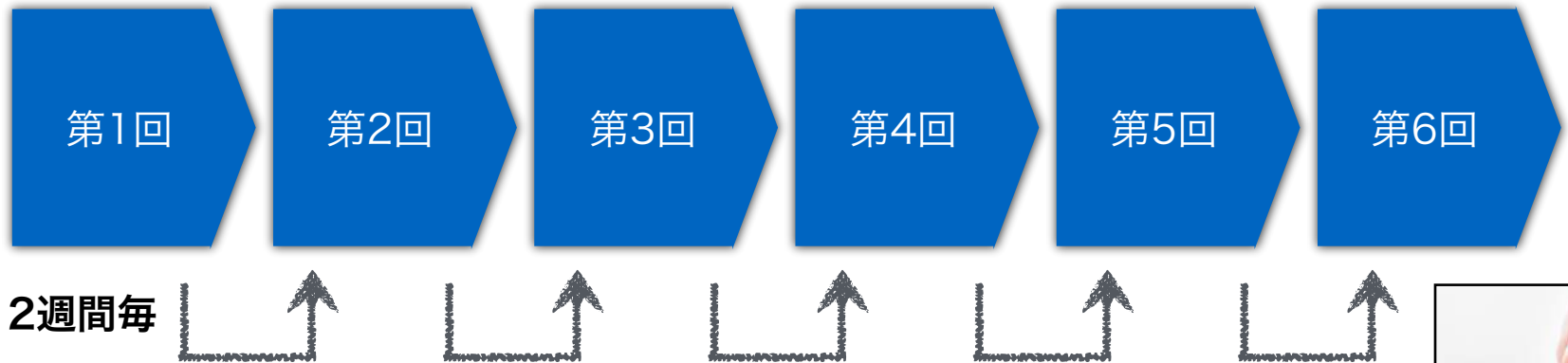
認定資格を発行（試験あり）

- ・ マーケティング戦略アドバイザー
- ・ マーケティング戦略コンサルタント
 - ・ ビジネス戦略プランナー
 - ・ Instagramプロ講師

学習効果が高まる最適な受講ペース

学科(3単位)の学習ペース

3ヶ月（90日）を通じて効果的に学ぶ



授業



実践&定着



振り返り



修了試験

「マーケティングコンサルタント」コース

内容：6学科

【基礎】 マーケティング戦略学科

【応用】 マーケティング戦略学科

【ワンデイ】 マーケティング集中講座

LINEマーケティング学科

インスタグラム学科

動画オンライン集客学科

価格

864,000円

獲得資格

マーケティング戦略アドバイザー

Instagramプロ講師

マーケティング戦略コンサルタント

マーケティングプロコース

内容：4学科

【基礎】 マーケティング戦略学科

【ワンデイ】 マーケティング集中講座

- 下記の学科から2つ選択
 - LINEマーケティング学科
 - Instagram学科
 - 動画オンライン集客学科
 - Facebook学科

価格

576,000円

獲得資格

マーケティング戦略アドバイザー
(その他、選ぶ学科によって発行)

マーケティングスキルアップコース

内容：2学科（学科選択）

- 【基礎】マーケティング戦略学科
- 【ワンデイ】マーケティング集中講座
- LINEマーケティング学科
- インスタグラム学科
- 動画オンライン集客学科

価格

288,000円

獲得資格

選ぶ学科によって発行

入学金・受講料

【入学金】 25,000円（最初の1回のみ）

【受講料】

単科コース：144,000円・・・3ヶ月（120分×6コマ）

※単科コースで修了した科目の受講料は、将来全科コースに進学された際に
受講料から差し引かれます

各学科 定員

＜初回説明会のみでの入学特典＞

入学金（25000円）免除

※説明会開催日より3日以内の申し込みに限り

プランと価格（税別）

プラン	マーケティングコンサルタントコース 6学科	マーケティングプロコース 4学科	マーケティングスキルアップコース 2学科
価格	144,000円 × 6	144,000円 × 4	144,000円 × 2
総額	864,000円	576,000円	288,000円
内容	<p>【基礎】 マーケティング戦略学科</p> <p>【応用】 マーケティング戦略学科</p> <p>【ワンデイ】 マーケティング集中講座</p> <p>インスタグラム学科</p> <p>動画オンライン集客学科</p> <p>LINEマーケティング学科</p>	<p>【基礎】 マーケティング戦略学科</p> <p>【ワンデイ】 マーケティング集中講座</p> <p>-以下から2つ選択-</p> <p>【応用】 マーケティング戦略学科</p> <p>インスタグラム学科</p> <p>動画オンライン集客学科</p> <p>LINEマーケティング学科</p>	<p>-以下から2つ選択-</p> <p>【基礎】 マーケティング戦略学科</p> <p>【応用】 マーケティング戦略学科</p> <p>【ワンデイ】 マーケティング集中講座</p> <p>インスタグラム学科</p> <p>動画オンライン集客学科</p> <p>LINEマーケティング学科</p>
参考期間	1年間半	1年	半年

※素材費用は含みません。ご発注書をご確認後、ご請求書を発行いたします。すべて前入金にてお願い致します。
ドメイン取得費用、レンタルサーバー代、メルマガシステム費用、アプリシステム費用、素材費用は含みません。

プランと価格（税別）

プラン	マーケティングコンサルタントコース 6学科	マーケティングプロコース 4学科	マーケティングスキルアップコース 2学科
通常	864,000円	576,000円	288,000円
特別価格	518,000円	345,000円	201,600円
内容	<p>【基礎】 マーケティング戦略学科</p> <p>【応用】 マーケティング戦略学科</p> <p>【ワンデイ】 マーケティング集中講座</p> <p>インスタグラム学科</p> <p>動画オンライン集客学科</p> <p>LINEマーケティング学科</p>	<p>【基礎】 マーケティング戦略学科</p> <p>【ワンデイ】 マーケティング集中講座</p> <p>-以下から2つ選択-</p> <p>【応用】 マーケティング戦略学科</p> <p>インスタグラム学科</p> <p>動画オンライン集客学科</p> <p>LINEマーケティング学科</p>	<p>-以下から2つ選択-</p> <p>【基礎】 マーケティング戦略学科</p> <p>【応用】 マーケティング戦略学科</p> <p>【ワンデイ】 マーケティング集中講座</p> <p>インスタグラム学科</p> <p>動画オンライン集客学科</p> <p>LINEマーケティング学科</p>
参考期間	1年間半	1年	半年

※素材費用は含みません。ご発注書をご確認後、ご請求書を発行いたします。すべて前入金にてお願い致します。
ドメイン取得費用、レンタルサーバー代、メルマガシステム費用、アプリシステム費用、素材費用は含みません。

本日の仮申し込み特典

コンサルクライアント向け動画をプレゼント

- ☑ 最新アップデート対応、SEO対策講座録画動画
- ☑ 店舗のマーケティングに効果大！MEOの秘訣動画
- ☑ 確実に仕事が取れる、営業・クロージング方法動画
- ☑ 本当に売れた広告事例集動画

※キャンセルの場合は3日以内にお伝えください

返金について

条件

- ☑ 初回の講座に参加いただくこと
- ☑ 初回の参加講座の3日後までにお申し出いただいた方
- ☑ 合わなかった理由のフィードバックをいただく
(内容は何でも構いません)

An aerial view of a city with a blue overlay and white lines connecting various points, suggesting a network or infrastructure. The text 'MARC教育方針' is centered in white.

MARC教育方針

MARC教育方針

本物を、世界に。

中小企業でも街の八百屋さんでも

マーケティングを学んで、

発信できるようになれる

より多くの人にマーケティングの理論を伝える

MARC教育方針

日本がより楽しく、素晴らしい国に成長するために、
最適なマーケティングを駆使できる新時代の人財を育て
創出していくために

- ・ 思考を深め、視野を広げる講義スタイル
- ・ 現場で実務ですぐに使える実践的スキル
- ・ さまざまな価値観を持った仲間との交流の場

を提供します