



第8回 物流研究会

2026年7月24日(金)

16:00~

Presented by LogiTechnoService



LogiTechnoService株式会社



ロジテクノサービス 株式会社

LTS SOLUTION

物流コンサル事業

- ICD/CRUコンサル
- 物流コンサル
- 経営コンサル

貨物利用運送事業

- 40社以上の協力会社と連携
- 関東、甲信越、中部、関西
- 海コン輸送、国内トラック輸送、他手配、

物流システム 企画販売事業

- ロジマネ、海コンマッチング、を販売
- 企画提案/カスタマイズ
- XGと業務提携、共同開発やサポート

本日の流れ

- ▶ 16 : 00～16 : 10 株式会社LogiTechnoService 事業紹介
- ▶ 16 : 10～17 : 00 千葉テレビP大林様 講演
- ▶ 17 : 00～18 : 00 参加企業様PR（1人1分程度）
- ▶ 18 : 00～18 : 30 質疑応答、意見交換
- ▶ 18 : 30～19 : 30 交流タイム（名刺交換などコミュニケーション）
- ▶ 懇親会申込されている方は会場待機願います。

懇親会のお知らせ

懇親会に参加申込された方は、会場に待機頂きお店に誘導させていただきます。

20:00乾杯開始

お店：楽蔵うたげ 品川港南口店（東京都港区港南2-5-14 CANALE品川8F）

アクセス：マクニカ様の会場から徒歩4分です。



ちのびテレビ

1,500社を演出したテレビプロデューサー一流
ビジネスを成功させる「勝手に」マーケティング

私は……

はじめまして！

大林健太郎
オオバヤシ ケンタロウ
と申します

私は……

**なぜ、大林健太郎が
一風変わった
テレビマンなのか？**

本日の構成

1.ブランディングとマーケティングの違い
(ホワイトボードにて)

2.事例に学ぶ「勝手に」マーケティング

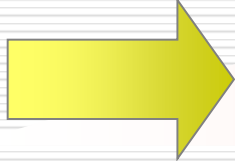
販促手段としてのPR攻略法 2次利用マーケティング

マスコミが殺到！

「有名芸能人も試食」！！

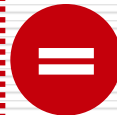
テレビで絶賛

テレビ紹介された！



メディアウェーブ効果 オオカミが来たぞ理論

2次利用マーケティング



テレビで放送された価値(水戸黄門の印籠)を放送後に全面的に活用し、その後の販促や売上げUPに結びつける手段



自社の顔、HPでの動画マーケティング

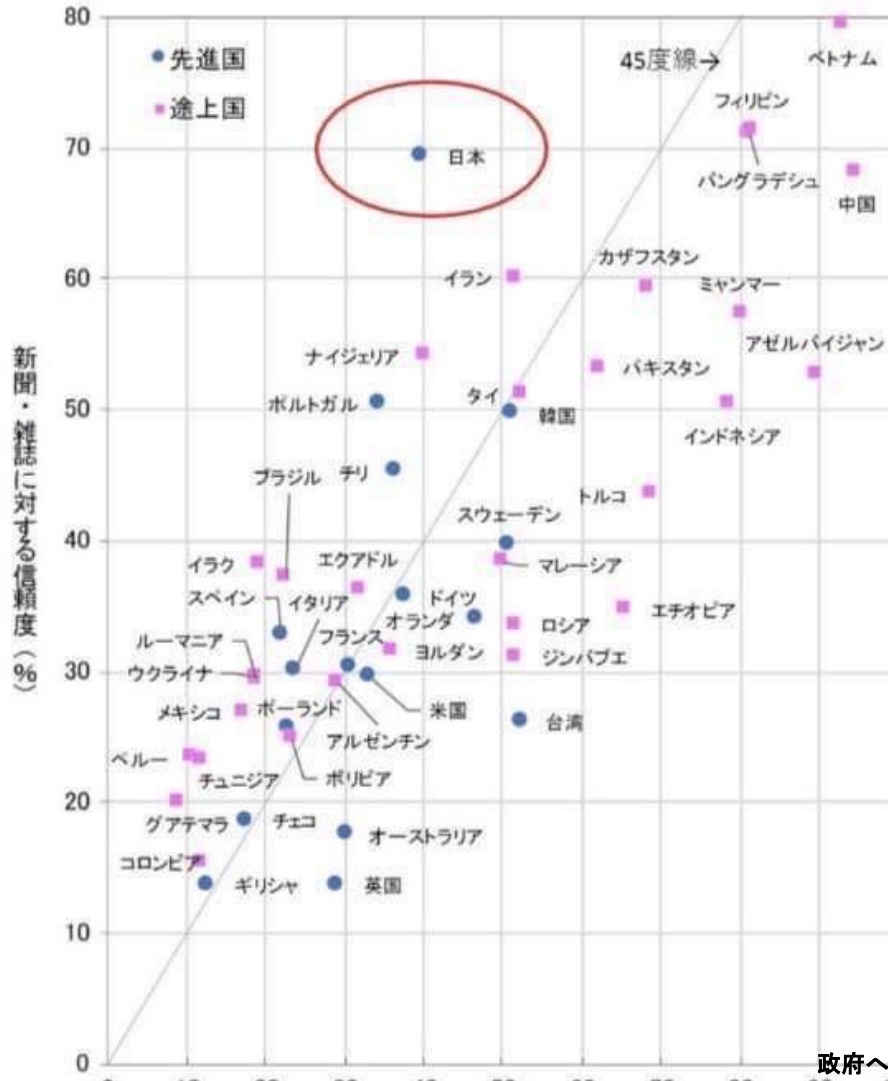
参考事例 全日本SEO協会でのお話

せっかく取り上げられた機会を

積極的に・主体的に活用しましょう！！。

トラスフォーマットの重要性 信用力向上＝成約率(CVR)の向上

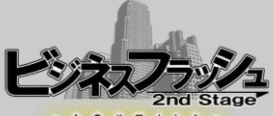
図表3 新聞・雑誌と政府に対する信頼度についての散布図
(2017年～20年)



(注) 共通の調査票を使い各国で行われた全国18歳以上男女1,000～2,000サンプル程度の回収を基本とした意識調査の結果。人口1,000万人以上の47カ国を対象とした。ここで信頼度は「非常に信頼する」、「やや信頼する」の回答率の計(わからない、無回答を含む全体に占める%)。先進国は世銀区分のOECD高所得国(2015年6月段階)。ただし台湾を例外として含めた。途上国はそれ以外の国。

(資料) World Values Survey HP (2021.1.29)

主な2次利用マーケティング番組

番組名・放送日時	放送尺	放送局	2次利用
 土曜日 10:30～	およそ10分程度 経営者インタビュー方式	 ※他局でも放送可能	・指定写真、ロゴ3ヶ月 ・番組HPで映像3ヶ月 ・販促活用は任意 ・映像永久譲渡
 金曜日 22:30～	4週にわたって 放送 1週6-7分×4週	 ※他局でも放送可能	・指定写真、ロゴ3ヶ月 ・番組HPで映像3ヶ月 ・販促活用は任意
 金曜日 22:15～	およそ 10分程度	 ※他局でも放送可能	・指定写真・ロゴ3ヶ月 ・番組HPで映像3ヶ月 ・再編集映像無期限

※他のテレビ局での放映の場合、当該局の放送料が掛かります。（一部実施不可の局有り）

ビジネスフラッシュ～企業が輝くとき～

いま最も気になる企業や話題の企業の人をお迎えし企業代表者にフォーカスを当てた、対談形式でお話を伺う番組。
「注目の企業」という体裁のもと、品格ある構成とし、シニア層など高めの年代を中心に訴求を行います。

ビジネスフラッシュ 2nd Stage ～企業が輝くとき～

- ・千葉テレビ 毎週土曜10:30～11:00
- ・CS「ビクトリーチャンネル」メインMC「宮澤ミシェル」（元日本代表プロサッカー選手）
インタビューアー「菅原えり」



インタビューに加え、企業やサービスの紹介を行います。

放送後

ここがすごい！

番組公式サイトにもアップされ、放送後3ヶ月間閲覧可能。
公式サイトとリンクが貼れます。

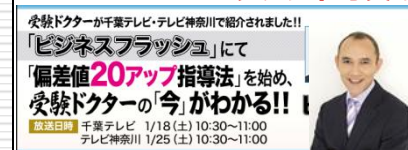
テレビ局（＝公益性・公共性が高い）とのリンクはSEO対策にも非常に有用と証明されています。
（※全国SEO協会見解）

「ビジネスフラッシュ～公式サイト」に企業情報と共に映像掲載



※インタビュー部分映像は様々な用途に2次利用が可能！

HP2次利用例 番組ロゴの永久使用、
タレント写真の3ヶ月間2次利用も可



ナイツのHit商品会議室

チバテレで2011年1月より放送の、芸人「ナイツ」の“初”冠番組。

企業が望む商品・サービス・コンセプト等を、ナイツが4週に渡って会議し開発するという番組です。



メインMC「ナイツ」



毎週金曜日
夜 10時30分～放送中！



番組は4週完結。
企業様の新商品・サービス等をあたかも
「ナイツが開発した」という展開にて番組でご紹介。

ご紹介後は専用サイトでも映像が閲覧でき、また「番組で生まれました」体裁にて、ナイツ写真・ロゴと共にチラシ・ポスター・WEBなどへ3ヶ月間2次利用が可能な番組企画です。

展開例

外食麺類チェーン店 U様の例

(1週目)
企業紹介・導入部分



(2週目)
アイデアブラッシュ・商品開発



(3週目)
商品開発続き・試食



(4週目)
いよいよ新メニュー誕生！



放送後、全国の店舗で期間限定販売
(全国の店舗ポスター・チラシに
ナイツ写真とともに展開！)



放送後、告知活用事例(ホームページ活用例)

番組ご紹介後、宣伝をホームページ等でご活用頂いた展開例です。

(番組放送後3ヶ月間、ナイツ写真と番組ロゴと共にバナー広告やチラシ等にも活用が可能です)

ちばテレビ「ナイツのHIT商品会議室」

ホグレル様
「がんばらないフィットネス」

4月20日 4月27日 5月4日 5月11日

お笑い芸人 ナイツがプロデュース?

人気お笑い芸人 ナイツがプロデュース?

ナイツがプロデュースグッズ

ナイツがプロデュースソング

ナイツがプロデュースイベント

VLフィナンシャルパートナーズ様
来店型保険代理店「みつばち保険ファーム」

「おとくケタイ.net」がテレビ番組に紹介されます!!

おとくケタイ.net様「MNP」

人気お笑い芸人 ナイツがプロデュース?

4週連続放送!!

MEGAMAXをプロデュース!

インテリア計画様
「MEGAMAXプロデュース」

千葉テレビ「ナイツのHIT商品会議室」
放送記念キャンペーン!

エキサイト様「ブロードバンドエキサイト」

ちばテレビ × Be:Escort

11月毎週金曜日
22:30 ~ 23:00

ビーエスコート様「脱毛サロン」

エスピオン様
「エステ店新店舗」

エコリッチがテレビで紹介されました!

千葉テレビ「ナイツのHIT商品会議室」

エスピオン様
「エステ店新店舗」

タイヤゲット様
「エコリッチ」

千葉TV
7/8(金)22:30 ~
GetMoney!が登場!!

chansuitt様
「GetMoney」

「ナイツのHIT商品会議室」に出演しました!

岡野雄志税理士事務所様「相続税専門税理士」

節電!節水!節保険!

保険のビュッフェ様
「節電節水節保険」

「節電節水節保険」

7日間

「カラーゲンダイエット」

目標-3kg

チュチュル様「カラーゲンダイエット」

白寿生科学研究所
テレビ出演決定!!

「白寿生科学研究所」

白寿生科学研究所様
「ハクシュプラザ」

HPに、チラシに、ポスターに、店頭POPにと・・・
放送後3ヶ月間、ご活用ください!
(※使用方法に諸規定有り)

ホリプレゼンツ 求人任三郎がいく！

2014年4月より放送のリポート番組。2次利用マーケティングモデル番組の中で唯一企業様の現場に訪問することができる番組です。オフィスや店舗の映像や、ホリが食レポ・サービスの体験をする映像を撮ることが出来ます。再編集映像は何と映像永久譲渡！



ホリ 千葉県白井市出身
白井市ふるさと大使



毎週金曜日 21:15～放送（15分番組）
出演者：ホリ・久野知美（女子鉄アナウンサー）

放送後は番組HPとのリンクが貼れ、番組指定写真の使用ができます。（期間・規定有り）



動画配信中



ホリが企業様の現場に訪れた映像を残すことができます！

企画全体の流れ



オープニング
（街ぶら）



飲食店様



美容サロン様



着物レンタル業様



住宅分譲様



テーマパーク様



企業様PRタイム・求人募集

- ・企業様のオフィスや店舗に訪れリポート！
- ・試食や試着、サービス体験が可能です！
- ・ホリが企業様に絡めたものまねを行います！



放送後、女子アナ中心の再編集映像を制作！
（4分程度、2次利用永久譲渡）貴社HPの等で
ご活用下さい！

売上があがる37のアプローチ

1. ダイレクトメール(郵送/宅配)を送る
2. FAXDMを送る
3. チラシ配布、ポスティングをする
4. カタログ、冊子を配布する
5. 電話をかける
6. テレマーケティングを外注する
7. SNSを活用する
8. ブログを活用する
9. メールマガジンを送る
10. LP(ランディングページ)を作る
11. プロダクトローンチを仕掛ける
12. アフィリエイトを使う
13. 広告代理店を活用する
14. 営業代行会社、販売代理店を活用する
15. PRする
16. PR会社を使う
17. 新しい販売チャネルを活用する
18. 紹介を依頼する、促進する
19. リファerral(紹介)を意図的に起こす
20. 顧問を活用する
21. 看板やポスターで宣伝する
22. ニュースレターを発行する
23. 送付物に販促案内を同梱する
24. 無料で配布できる商品を増やす
25. 出版する
26. 信頼できる立場を確立する
27. 電話帳、企業DBに連絡する
28. ショートメールに連絡する
29. 追加販売を促進する
30. イベントやセミナーを開催する
31. ウェブセミナー(webinar)を開催する
32. You Tubeに動画をアップする
33. 展示会に出展する
34. 新聞、雑誌で宣伝する
35. テレビ、ラジオで宣伝する
36. 極端に高い単価を設定する
37. 著名人へアプローチする

勝手にマーケティングのつくり方

黄金の言葉<結晶句>(何気ない1言・本音・愚痴・希望)

まずはリサーチ・話を聞く・取材

ターゲット決める

常識を逆さまにする ○○をカエルの法則
要素の切り分け年齢・性別・場所・時間
名前・時期・エリア
要素・用途・人

テーマ(何をいうか)

テーマは1点・事例は複数
○○現象 ○○問題 ○○ブーム社会記号(流行語/)
Aあわせる B後づける
C似た記号をつくる想起
(神がおる)

具体化⇔抽象化

勝手に宣言 (1言フレーズ)

《「A4」1枚アンケート》の見本

- ① お客様はどんなことで悩みや要求を持って、あなたの商品（サービス）を買おうと思いましたか？
〔 〕
- ② 成功率の高い媒体（ルート）は何ですか？
〔 〕
- ③ お客様は購入前にどんな不安を持っていますか？
〔 〕
- ④ お客様は類似商品（サービス）と比べてどこが良くて買ってくれているのですか。
〔 〕
- ⑤ お客様はあなたの商品（サービス）を使うことでどんな良いことがあるのですか？
〔 〕

かなり確率の高い**仮説**

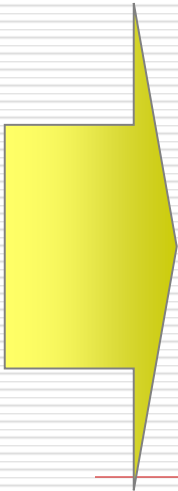


何をいうかはただ一つ

これだけはメモして帰ってください！

ベネフィット

なれる(実現する)
増える(長くなる)
喜ばれる(褒められる)
できるようになる(わかる)
解消できる(軽減する)
ラクになる(簡単になる)
得られる(学べる)
早くなる(短くなる)



この商品を手に入れることによって得る
明るい未来

※注メリット ○○と比べての
差別的優位性

勝手にマーケティングのつくり方

〇〇といえは〇〇(オンリーワン指定席)

演出上の切り口の決定

〇〇でおなじみの 〇〇で評判 〇〇で話題 〇〇で絶賛 〇〇でブーム 〇〇ご用達

TVの切り口ワード

第3者評価

視覚・聴覚・触感・味覚・嗅

頭の左で映像化できる内容でないと人は
納得して行動をおこさない(メンタルリハーサル)

感性表現の理解

※「ほら」と君は指輪渡す「うん」と吾は受け取って
いるキャンディのように
※頼もしく仕事の話をする君の頼もしさだけ吾は
理解する

五感に訴え
(右脳)

勝手に宣言を裏付ける物語 (ストーリー)⁹

伝え方上手は比喩・例え上手

伝えるではなくツタワル

3大原則

言葉

比喩・例え

擬態・擬音語

理想な1シーン(ハワイの絵葉書)

500g⇒大満足の500g

レタス⇒産地直送のレタス

ビーフ⇒広大な土地が生んだ100%ビーフ

脳内における仮想体験

形状もこもこ。ぴったり 触感ふわふわ・もちもち
音 サクサク スパッと 量感 たっぷり・ぎっしり
使用感 すっーとさっぱり 動作 ぱたっ・くるくる
心の動き ドキッ・わくわく 協調しっかり・ちゃんと

演出

非予定調和・ギャップ・マイクロスリップ・間

脱 小並感

想像力（右脳）を論理（左脳）で補完

数字（左脳）は直観（右脳）を後押しするスパイス

伝え方上手は比喻・例え上手②

桃おじさんとウェブマーケティング（貴様いつまで女子でいるつもりだ問題）
ジェンズー（著）

あれは去年の夏じゃった。桃おじさんは軽トラにたくさんの桃を載せて私の街にやってきました。桃おじさんは歯がないので、口がくしゃくしゃです。競りの人が被るような帽子をかぶり、農作業でくったくったのような服を着て、軽トラの前に立ち、よく陽に焼けたゴツゴツの手で忙しそうに桃を出したりしまったりしていました、無農薬でりんごを作っている人みたいな風貌をイメージしてください。それが桃おじさんです。この桃おじさん、駅前にいくと、毎日同じ時間、同じ場所に軽トラを停車しています（割愛）。裸電球で煌々と照らされた軽トラの荷台にはまるまると大きくピンクに色づいた、美味しそうな桃が山積みになっています。

マーケティングの番組演出とは？

大林P式番組演出は**ケース問題**を解くことのお手伝い

◎ケース問題とは

1時間程度の短い時間、情報収集なしという状況で「**ある程度妥当と想定される解**」を導くことが求められる問い。

論理的な解を導くためにはあくまで想像力が基礎

想像力＝勝手に演出術（勝手にマーケティング）

東大ケーススタディ研究会著 伝説の論理思考

2次利用マーケティングとは何か

2次利用マーケティングとは**ポジショニング戦略**である

◎自社にふさわしいマーケティングをしているか

クリエイティブには何の価値もない。それは、**ポジショニング戦略**の目的に沿って使われて初めて役に立つものになる

アルライズ著 「**ポジショニング戦略**」
(新版)

ポジショニングとは何か

重要性はウリ(USP8割)伝え方(プロモーション2割)

◎マーケがわからないうとTV露出が生かせない
突飛な「どう」伝えるかという表現
方法の部分に工夫をこらしても「誰
に」「何を」を外していると
「面白い広告だけどその商品には
興味がない」という広告になる

木下勝寿著 ファンダメンタル×テクニカルマーケティング

事例に学ぶ「勝手に」マーケティング

バイブル1 ■勝手に〇〇すぎると宣言する

※司法書士法人新宿事務所

ターゲット

シンプルに美人の女性司法書士

(美人の生涯賃金格差は3600万円・クリック率4倍)

※司法書士の職業の背景⇒認知がないものは売れない
絵にならない・**ジャパネットたかた理論**

テーマ

社会記号C うつくし過ぎる市議(藤川優里)
が話題になっていた背景

社会記号A 働き方改革女性活躍

勝手にマーケティング

美し過ぎる司法書士と命名

ギャップ法の典型事例

(ナイツ番組出演⇒**巨象の肩にのる**)

事例に学ぶ勝手にマーケティング

バイブル2 ■勝手に例える・比喻(メタファー)

※アーバンサービス

ターゲット

通常のリフォーム・リノベーション業種
 ⇒外壁塗装や外装デザインの訴求にいきがち
 (競合も多い。デザイン性の高い会社には勝てない)
 ⇒戦う場所をかえる(**カエル理論**)⇒排管に注目

テーマ

健康は最大のテーマ。中でも「血液サラサラ」は
 社会記号のひとつ。人間の血管＝排管
 排管の流れをよくする→血流をよくする

(**メタファーはジョイントベンチャーの創造**につながる)

勝手にマーケティング

血液サラサラリフォーム

(SEO対策・オウンドメディアの事例)

事例に学ぶ「勝手に」マーケティング

バイブル3 ■勝手に〇〇世代をつくる

※ブルミエグラン(化粧品)⇒肌断食研究所

ターゲット

40歳代女性⇒今すぐ化粧품을辞めなさい
 (今すぐ〇〇しなさいマーケティング) 常識を逆さまにする
 化粧품을辞める⇒肌断食(黄金の言葉)
 社名をかえる(カエル理論)⇒肌断食研究所

テーマ

社会記号C 〇〇世代 バブル世代・団塊世代・
 ミレニウム世代 松坂世代
 マハラジャ世代

40代女性⇒氷河期世代⇒断食とイメージにあう

勝手にマーケティング

肌断食世代と命名

(〇〇世代はPRネタを作りやすい)

事例に学ぶ勝手にマーケティング

バイブル4 ■勝手に競合相手(敵対勢力)をつくる

※夢相続

ターゲット 相続マーケットはレッドオーシャン市場
 レッドオーシャン市場での差別化戦略(バリューポジション)
 税理士⇒不動産がわからない弁護士⇒もめないと知らない
 司法書士⇒そもそもは登記(比較はわかりやすい)

テーマ 社会記号「選挙」小池百合子東京都知事
 小泉元首相「郵政選挙」
 (政治動向や国会での審議は一番の社会記号)
 ⇒小池百合子戦法(ジャンヌダルク戦法)

勝手にマーケティング 相続対策は不動産対策

(テレビ出演100本以上メディアウェーブ効果)

事例に学ぶ勝手にマーケティング

バイブル5 ■勝手に専門家・評論家になる

※白鳥マキ

ターゲット

結婚相談所・エステサロンがバックエンド
(こちらもレッドオーシャン市場)

カエル理論とジャパネットたかた理論の組み合わせ
本を書いていることによるブランディング効果

テーマ

婚活市場⇒ メッセージ内容をカエル
婚活を制したければLINEメールを制しろ！

(選択と集中・ロングテール対策)

⇒お店のブランディングではなく、白鳥マキのセルフB

勝手にマーケティング

ホテルLINEメール評論家

(メディアウェーブ効果)

事例に学ぶ勝手にマーケティング

バイブル6 ■勝手に忘れていた実績を強調

※ベストウイングテクノ

ターゲット

BTOB⇒BTOCへのターゲット変更

(店舗展開・ECや下請け脱却)

BTOBでの実績が強調できる

①東京オリンピックの聖火台 ②関門海峡での工事

テーマ

2020年 東京五輪は最大 社会記号

(会社が江東区・聖火台の実績から社会記号にあわせる)

社名・ベストウイングテクノが東京五輪と関連付けやすい

⇒後付けマーケティング 社会記号B

勝手にマーケティング

**東京五輪時代に勝つ、
テクノ企業と勝手に宣言**

事例に学ぶ勝手にマーケティング

バイブル7 ■勝手にR指定にする

※イノベーション不動産

ターゲット

住宅市場は**30代**ファミリー層がターゲット
あえてギャップ法を使う
⇒**30代**の人しか買わないでくださいとCM放送
(ギャップ法)

テーマ

30代をターゲットにしたネタ作り
⇒夜でも物件見学が可能(顧客のニーズに合わせた戦略)
30代の社会記号の代表はやはり婚活?
結婚適齢期⇒住宅購入適齢期?は〇〇歳??

勝手にマーケティング

R30の家

事例に学ぶ勝手にマーケティング

バイブル8 ■勝手に粋なストーリーにする

※スピリタス

ターゲット

不動産投資は取材されづらい考查対象業種
商品(物件)ではなく、場所の訴求にカエル
(カエルの法則)

テーマ

スピリタスの社名命名にストーリーがある
(スピリタス版桃園の誓い)⇒キャッチフレーズ
世相として不動産投資過熱は日経での社会記号
スピリタス＝アルコール高濃度の酒
⇒不動産投資過熱エリアのお役立ち情報に変換

勝手にマーケティング

不動産投資過熱エリア

=スピリタスエリア

消費者行動類型からみるTVの役割

消費者行動類型とコミュニケーション・ミックス

ターゲットする消費者のタイプ	コミュニケーション目標	提供すべき情報の特性とコミュニケーション・ミックス	
高関与・低知識 (素人)	学習の支援	・流通業者向け人的販売・SPIによる、店頭での販売員を通じた説明・推奨の促進 ・双方向型のオウンド・メディアを通じた要約情報の提供 ・ロコミ(他の消費者からの要約情報)やパブリシティの誘発	プッシュ
	購買前リスクの低減	・マス向けペイド・メディアの反復露出を通じた企業やブランドの知名度向上	プル
	認知的不協和の低減	・オウンド・メディアを通じたアフターフォロー	
	最適購買の支援と企業との関係性の構築	・自社サイト、カタログ、パンフレット、現物、イベント、自社販売員、ソーシャル・メディアの自社アカウントなどのオウンド・メディアを通じた詳細な情報の提供と継続的コミュニケーション	プル
低関与・低知識 (横着者)	店頭露出	・流通業者向け人的販売・SPIによる、店頭への配荷や有利な陳列の実現 ・マス向けペイド・メディアによる、対流通営業の支援	プッシュ
	低価格対応	・流通業者向け人的販売・SPIによる、店頭での低価格対応	プル
	簡略的意思決定の支援	・マス向けペイド・メディアによるブランドの知名度・イメージの向上	
低関与・高知識 (ベテラン)	店頭露出	・流通業者向け人的販売・SPIによる、店頭への配荷や有利な陳列の実現 ・マス向けペイド・メディアによる、対流通営業の支援	プッシュ
	探索の支援	・店頭での購買候補リストの提案 ・ペイド・メディア、ブランド名、パッケージによるブランドの特徴づけ	プル
	自社に有利な知識の再生	・サンプルや現物による試用促進 ・店舗POPによるブランドの確認	

全国の経営者が集うビジネスコミュニティ「稼ぐ力養成講座」

稼ぐ力養成講座とは

千葉テレビ放送の「開局50周年の新事業」として2021年から開始した“中小企業向け”のセミナーです。セミナーは年間契約で全24回（月2回）。現在はオンラインを中心に開催しています。

これまで放送を通じて広報・プロモーションの下支えをしてきた弊社ですが、このセミナーでは、中小企業向けに稼ぐ力を身につけるために必要な経営支援プログラムを用意し、企業経営を様々な視点からサポートしていきます。

講師を務めるのは、全国からスカウトしたテレビ局ならではの敏腕マーケッター48人。再現性があるノウハウ満載の、正しい「基準値」を学べます。

講座会員は全国に250社以上



受講者68人からのアンケート（2021.06～2022.10）

北は北海道から南は沖縄まで日本全国、さらにはシンガポールまで。講座会員の輪は各地に広がっています。

業種も不動産や製品開発販売・アミューズメント・医療・介護福祉・教育等々で、受講者からは高い評価を頂いております。

稼ぐ力養成講座は会社の課題解決に繋がるアイデアを学び、そして経営者同士の出会いから新しい仕事生まれるといった「ビジネスも世の中も笑顔になれる社会」を作ることが理想のゴールです。



交流会は年2回開催

過去の交流会は都内（公益社団法人日本外資系派員協会や公益社団法人日本記者クラブ）を会場に実施。講座会員の増加とともに50名規模、80名規模、100名規模と規模を拡大してまいりました。また、講座会員の「もっと交流したい」などの声を叶えるべく、年2回の交流会の他「エリア別の交流会」も開催しています。

数々の異業種コラボも

交流会での情報交換をきっかけに、商品開発や新たなイベントの創出等のコラボ事例も複数生まれています。

【例】自動車販売×洋菓子店 整体院×温泉施設 研究開発×美容・健康雑貨

講座会員の成功事例



PropertyAccess.co
Japan

YouTubeショートは「成約率が高い」改善後に半年で問い合わせ・収益増



DOTLINE
GROUP

メディア露出が、採用にも影響？「費用対効果が良い」PRや人事戦略を強化し社員教育にも活用へ



オカムラホーム

Instagram発信などに励み、問い合わせ・売り上げUP！登壇した講師との出会いでメディア取材も増。"行動"を意識した受講がビジネスの力に



YAMATO

3か月でフォロワー6000人超え 講座で改めて気付いた「Twitterの重要性」



【ご挨拶】

放送で事業の魅力をうまく伝えたとしても、そこから自力で地に足をつけ「稼ぐ力」がなければ、すべては絵にかいた餅になります。そこには放送の枠を超えた、「稼ぐ力」の養成・教育が必要だと考えます。

選りすぐりのマーケターが経営に役立つノウハウを毎月2回お伝えする「稼ぐ力養成講座」で、経営課題解決のヒントをお見ください。

千葉テレビ「稼ぐ力養成講座」プロデューサー 大林 健太郎



経営マーケティング	経営心理学	マーケティング戦略	パーソナルブランディング	EC活用	ランディングページ
SNS活用	LINE活用	Instagramマーケティング	Twitter運用	TikTok運用	Facebook広告
YouTube	YouTubeショート	動画の撮り方	チラシ集客	店舗集客	コピーライティング
ポスティング	組織マネジメント	人事評価制度	採用	人材育成	SEO対策
MEO対策	PRマーケティング	広告運用	リスティング	展示会営業	補助金・助成金
など					

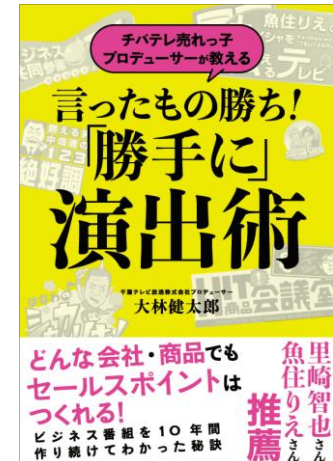
会員数 370社突破！！会員上限まで残りわずかです！！

大林問い合わせ先

oobayashi@chiba-tv.com



番組やPR・マーケティング全般について
(ZOOMも体面も可能)



Amazonにて
絶賛発売中

良かったらアンケートにご協力ください！！

本日はご参加いただき
ありがとうございました。

アンケートにご協力ください。

皆様のご意見をもとに、今後の研究会をより良くしていきます。

回答時間は2～3分程度です。

下記のQRコードからアクセスできます。

<https://forms.gle/CukSxXMPV7T4pdM8>

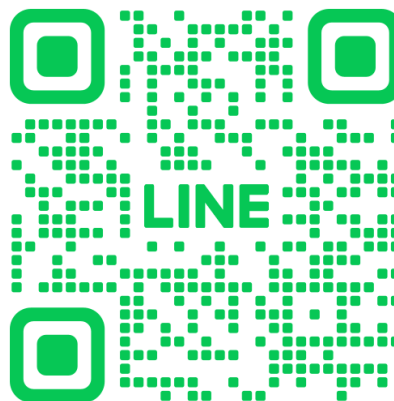


ご協力のほど、よろしくお願い致します。

ロジテクノサービス LINE公式アカウント

- ▶ 物流研究会の開催情報
- ▶ 業務管理システム「ロジマネ」「海コンマッチング」などの情報
- ▶ 他情報など発信

<https://lin.ee/uObRBxZ>



**次回物流研究会は9月を予定してます
HPまたは公式LINEをご確認ください**