○新規教室の会員募集の事例

東京都・国立教室責任者の山口美智瑠先生にご協力をいただき、「会員募集の事例」として共有させていただきます。
（2023年2月開講、約1年で在籍数約40名）

1）ホームページやSNS
・ほとんどの方がホームページを見て体験・見学に来るため、「教室の雰囲気がわかる、来やすい雰囲気のホームページ」を最初に準備する必要があると考えました。チラシへの情報掲載に間に合わせるため、開設の1カ月前には作成しました。

・ホームページは瑞心館道場（仙台）と同じサービスを利用して、各ページを作成し、説明文などの内容は「初めての人でも安心でき、魅力的に思える」文言・写真・雰囲気になるように、他道場教室のホームページを全て見た上で、その中から真似させていただいたり自分の言葉で書いたりしました。

・雰囲気が一目で伝わる写真は最重要と考えたため、開設当初は、成心館道場で撮った稽古風景を流用してトップページに大きく載せました（＜写真はイメージ＞と下に表記）。会員さんが増えてから、国立教室の稽古風景に差し替えました。

2）無料体験の案内チラシ
・開設当初から定期的に、教室の1～2キロ圏内で「無料体験の案内チラシ」を、折込含めて2万部強を配布しました。配布方法は、戸別ポスティング・地域フリーペーパーへの折込・近隣のお店、公共施設に置かせていただくなどです。（開設当初の6～7人はチラシを見て体験・入会してくださった方です。）

・無料体験の案内チラシには、ホームページのQRコードを載せ、大事な文言と写真を大きくし、何のチラシかすぐわかるよう工夫しました。

・「無料体験のチラシ」とは別に作成した、「教室案内のチラシ」は見学体験の方にお渡しし、入会手続きに向けて、教室の詳細がわかる資料にしています。

・2024年に入ってからは「ホームページ」による案内のみで、ポスティングはしていません（2月中旬現在）。

3）その他
・8月にはプロのカメラマンに稽古風景の撮影を依頼し、ホームページやチラシなどに活用しています。プロの写真は、依頼内容に合わせて、会員の皆さんの笑顔や活き活きとした雰囲気が伝わる高品質のもので、気に入っています。

・開設直後の2月中に、地域のお店の紹介サイトへ「教室紹介の記事」を掲載したのは効果的でした。5人程がこの記事をきっかけに体験・入会なさいました。年間のPR記事なので、どういう経緯で教室開設に至ったかや責任者の雰囲気などを自分の言葉で伝える手段になっています。

・元々興味のある方が「地域名 / 合気道」などと検索することがほとんどの中、「どんな人が」「どんな教室で稽古しているか」がホームページで見えると安心できるため、見学体験申込に繋がっていると思います。

以上

〇既存教室の会員募集の事例
・ホームページを見やすくリニューアルした。
・キーワードを入れてみた→「親子」で稽古ができる、など。