

5. 集客方法を考えよう

イベントの対象は、どのようなメディア媒体を利用するでしょうか。伝える方法は沢山ありますが、対象に沿った集客の仕方考えましょう。今回は市民活動として、利用しやすいものをご紹介します。

1 ソーシャルメディア

ソーシャルメディアとは、インターネット上で、自分で登録をして、自分の発信したいことを公開するwebサイトやネットのサービスです。代表的なものとしては、フェイスブック、ツイッター、ライン、ブログ、ユーチューブなどがあります。新規の人にも宣伝できます。ソーシャルメディアの有効的な使い方は、しっぶすVol. 11をご覧ください。

2 おどろ木

当センターでは、「おどろ木」というサービスが利用できます。当センターにチラシを持ってくれば、市内9ヶ所(図書館、文化会館、わかさ・プラザ、市役所、板取、洞戸、武芸川、武儀、上之保の支所)にチラシを設置いたします。新規の人への宣伝としては、このサービスも有効です。

3 DM(ダイレクトメール)

DMは個人や法人宛に直接イベント案内などを送付する手法です。過去のイベント参加者などに、ハガキやメールを利用して届けられます。

「関まちなか寄席」では、毎回これまで来ていただいた方にハガキで「先行予約」の案内を出し、それで半分以上が埋まります。

6. イベント報告・アフターフォローも立派な集客

イベントを行ったら、行いっぱなしで終わらせていませんか？イベントの様子を参加できなかった人に伝えたり、イベント参加者にお礼を伝えるのも、活動を広く知ってもらえたり、次のイベントに参加してもらおうきっかけづくりができます。

1 プレスリリース

自身の活動の独自性や、将来性など、アピールポイントをまとめて、事前に記者へ送りましょう。

関市内で拠点を持つメディアは中日新聞、岐阜新聞はじめ8社から9社あります。当センターでは、記者室ポスト投函サービスが利用できます(登録団体のみ)。詳しくはしっぶすVol. 6をご覧ください。

2 会報誌・広報誌

自身の団体会員向けに有効な手段としては会報誌、市民全体に広く伝えるには広報誌があります。ご高齢者の方へ活動を知ってもらう媒体としては、特に活字が有効です。魅力的な会報誌・広報誌の作り方については、しっぶすVol.14をご覧ください。

3 アフターフォロー

アフターフォローとは、イベント参加者への参加後の対応を指します。メールやハガキなどで、参加のお礼を伝え、イベントに関しての問い合わせに答えることで、イベント参加への満足度が高められ、次のイベントが宣伝しやすくなります。

まとめ

今回は集客の方法一つ一つを丁寧に紹介できませんでしたが、イベントの目的や対象によって、集客の手段が変わってきます。対象は普段どのメディア媒体を利用しているのかをきちんと把握しておくことで、無理なく、無駄のない集客を行いましょう。

文責：小関加奈(関市市民活動センター職員)



▲1月おしゃべりカフェの様子

【参考文献】

- ◆自社セミナー企画8つのポイント(プランニングシート&都内主要会場一覧付き) /セミナー開催マニュアル1
<http://web-tan.forum.impressrd.jp/e/2010/08/04/6167>
- ◆【報告】驚くほど人が集まる！イベントの企画・運営
<http://kcac.sblo.jp/article/177593652.html>
- ◆広告の種類【全23手法】主要広告媒体の総まとめ
<http://markehack.jp/ad-types/>
- ◆しっぶすバックナンバーは当センターで入手できます。Webサイトからもご覧いただけます。
<http://seki-siminkatudo.com/>