

好評につき
第2弾なぜ あなたの広告は“見られて終わり”なのか？
なぜ “集客や販売”に繋がらないのか？

広告予算1万円で、結果を出す

— 実際の広告を公開します —

中小企業のための「Web広告」勝ちパターン講座 (厚木商工会議所 共催)

「たった予算1万円で、本当に反応が取れるのか？」

その「理由」と「答え」をこの講座でお話します

「ネット集客は予算がないと無理」という常識を覆す実績があります。
私が現在、私立小学校の生徒募集や健康機器販売（高額40万の製品）で行っている
「Web広告の仕組み」は、わずかな広告費で確実な反応を生んでいます。

公開する検証データ（一部）

私立小学校の
生徒募集

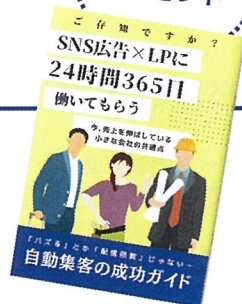
1カ月広告予算1万円で効率的なWeb広告を実現

月1万の予算で1万5千人以上に届きLP到達は1700人以上、クリック率11.35%
1回のクリックにかかった費用はわずか6円。（平均クリック単価50円～100円）

高額40万の
健康機器販売

1カ月広告予算5万円でストーリー型LPで好成績

「売れる型」を使い、体験希望者を今まさに効率よく集客中
（詳細なWeb広告内容と数値は講座内で公開）

ご参加の方に
小冊子を
プレゼント

今回の講座でお伝えすること

- ◆ 広告とLPのクリエイティブでクリック単価が変動する
実際のSNS広告の配信設定やデザイン、LPクリエイティブを公開します。

- ◆ 「失敗する共通パターン」と
成果を出す「基本の型」
“あるある”失敗広告とお客様に刺るキャッチ
コピーや広告構成を伝授します。

- ◆ 集客できるWebサイトの4つの関門
広告でクリックされても受け皿のサイトで
離脱されたら売上はゼロ。お客様が「申込む」
までの4つの関門を解説します。

日時	2026年11月20日（金） 14:00～16:00
場所	厚木商工会議所 3F 303号室
定員	先着10社様
参加費	無料
申込締切	2026年11月12日（木）まで

【お申込み・お問合せ】

<会社名><お名前><Web広告勝ちパターン講座参加>と入力し
メールにてお申込みください。QRで簡単に送信できます →



Web広告勝ちパターン講座申込み → ✉ yokoo4187@gmail.com

広告宣伝の世界に携わり40年以上が経ちました。その中で私が伝えたいことがあります。

皆さんは無意識に作っていますが、広告には大きく分けて「案内広告」と「営業広告」の2種類があります。

もし、集客や販売を本来の目的とするのであれば、選ぶべきは間違いなく「営業広告」です。営業広告とは、単に情報を伝えるだけでなく、来店や購入といったお客様の具体的な行動を促す広告のこと。集客や収益をとることが目的の広告です。Web広告の台頭により、この手法はこれまで以上に大きな成果を上げられるようになりました。

ツールが便利になった今こそ、ノウハウに基づいた企画力や構成力、そして人の心を動かすクリエイティブが欠かせません。今やアプリやAIでチラシやLPが誰でも簡単に作れるようになりましたが、残念ながら「売るための工夫」まで手が回っていない広告を多く見かけます。案内広告どまりになっています。本講座では「案内広告と営業広告」の違いを解説します。

私は、広告は「優秀な営業マン」「売る広告」であるべきだと考えています。

投資した額以上に収益を出し、売上げを上げ循環させていく——

そんな「結果が出る広告」を、経営者の皆様と共に作り上げたいと願っています。

今回の講座では、広告費わずか1万円で成果を出した事例や成果を得た広告を公開します。

「売上を伸ばしたい、反応がまいち……」とお悩みの方、ぜひお越しください。

広告を営業マンにしたい方、ぜひお越しください。

どんな広告を作ればいいのか、どう配信すればお客様に届くのか。あなたのビジネスが飛躍する「売れる広告」が、この講座できっと見つかるはずです。

（なお、この内容はWeb広告に限らずチラシなどの販促物にもそのまま応用可能です。）

経歴と実績

キャリアの原点 ヘアケアメーカー宣伝部	22歳でヘアケア商品メーカーの宣伝部に入社。商品デザインをはじめ、美容室向けの販売マニュアルや宣伝物制作に携わり、店舗密着型の販促の基礎を築く。
大手ブランドの販促・ セールスプロモーション	27～40歳の頃、日立家電・ソニー・ヤマハなどの新商品プロモーションを携わる。販売マニュアル、チラシ、POP、展示台、ノベルティ制作まで幅広く手掛け、店舗で「売る」ためのツールの制作経験。
ダイレクトマーケティング	BMWディーラーや高島屋ブティック等のDM（ダイレクトメール）制作に携わり、日本郵便株式会社「全日本DM大賞」で部門金賞受賞した経験を持つ。
薬機法の対応と専門領域	表現に細心の注意を要する 基礎化粧品 、 健康食品 、 健康器具 の販促にも深く携わる。薬機法が関わる難易度の高い商材において、法規を遵守しながらも商品の魅力を伝える訴求を手掛ける。
商品開発と 全国展開の経験	赤ちゃん向けアルバム絵本やブライダル関連商品を自ら開発。富士フィルムとの共同開発を実現し全国約3,000店舗の取扱店へ展開するなど、商品を生み出し流通させるプロセスを実践。他ベネッセコーポレーション、ゼクシィ、ドクターズコスメなど。
店舗運営の実践経験	厚木市長谷にてカフェレストランを経営。実店舗運営の現場に立つことで、スモールビジネス特有の悩みや喜びを身をもって経験する。

