

EC売上を加速させる！SNS最新戦略セミナー

開催日時

2025年9月29日(月)・30日(火) 10月2日(木)・3日(金)
時間 10:00~12:00

ログイン開始 開始時間30分前～

WEB: 有料配信

お申込み
期日

・銀行振込み・・・開催日6日前まで
・クレジットカード・・・開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合がございます。

受講料

一般価格 税抜10,000円(税込11,000円)/1名様 会員価格 税抜8,000円(税込8,800円)/1名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/132427>

ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に右上検索窓に「132427」を入力し検索ください。

船井総研
セミナー事務局

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp

TEL 0120-964-000(平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。



お申し込みはこちら

最新経営ノウハウや
成功事例コラムを
メルマガ配信！



メルマガ登録はこちら

セミナー内容

第1講座

なぜ今さら、Instagram・TikTokなのか？ EC売上を伸ばす最新トレンドを徹底解説！

現代においてAmazon広告や楽天広告だけでは競争の激化による価格競争ブランド構築の難しさの観点から不十分です。本セミナーではEC事業におけるSNSの重要性和Instagram・TikTokの可能性を学ぶことができます。



第2講座

TikTok × TikTok Shopで新規顧客を開拓！ ショート動画で爆発的な認知と集客を実現する！

TikTokのアルゴリズム解析とバズる動画制作術を習得し、TikTok広告の効果的な活用法やクリエイターとの協業によるリーチ最大化を学ぶことができます。

第3講座

SNS運用 × ECモールで事業成長するために必要な3つの取り組みとは？

フォロワー数の伸びと売上が必ずしも比例せず、また即時成果に繋がらないことでSNS運用が後回しの施策になっておりませんか？ SNS運用でECモールの売上を成長させるには大きく分けて3つの施策が重要となります。

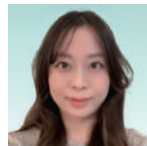
講師紹介



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット マネージャー

日坂 大起

入社以降リテールビジネスを中心にファッションアパレル/ビューティ関連のコンサルティングに従事。EC領域の横断型での分析/活性化のコンサルティングを得意としクライアント内での新規事業における組織活性化、インハウス化の実績を多数持つ。売上規模1億円未満から30億円規模の幅広いレンジでの経験を持ち現在では成長企業の第二事業化に向けた新ブランド/商品開発からのEC参入と中堅規模のECカンパニーへの計画作りを主にサポートしている。



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット チーフコンサルタント

白藤 睦美

大学卒業後、アパレル業界の経験を経て2012年よりEC事業を行う企業へ転職。楽天市場、Amazon等のモールから自社ECサイトまで多岐にわたるプラットフォームで店舗運営管理責任者を歴任。WEBディレクションから経営管理まで幅広く経験し、EC販売事業の上流から下流までを熟知。化粧品D2C事業の立ち上げ、販売戦略実行もリード。2025年より船井総合研究所に入社し、EC運営、PB商品開発でクライアント企業の事業成長をサポートする。



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット アソシエイト

周 詩恵

入社後、財務支援部にて財務支援、Freee導入支援のサポートを行い中小企業の企業価値向上に努める。その後エネルギー支援部にて電気設備工事業を中心とした脱炭素コンサルティングのサポート、当社でのTCFD開示に向けたプロジェクトに参画。2023年より、OEM商品開発からEC事業の立ち上げに伴う業績アップ・活性化支援を中心に携わる。

SNS最新トレンドを徹底解説

売上はあるのに利益が出ない…

SNSを活用して自社で集客し、“選ばれる理由”をつくる！

EC売上を加速させる！ SNS最新戦略 セミナー

最新SNSマーケティング

01 InstagramとTikTokそれぞれの プラットフォームに特化した実践的な運用ノウハウとは

InstagramとTikTok、それぞれのプラットフォームに特化した実践的な運用ノウハウを習得し、ブランド力強化から新規顧客獲得まで、各SNSで成果を出すための具体的な戦略を身につけることができます。

02 SNS集客からEC売上への 効果的な導線設計と改善方法のすすめ

SNSでの集客をECサイトの売上へ直結させるため、ユーザーがスムーズに「買いたい」と思える導線設計と、その効果を最大化するための改善サイクルを理解できます。

03 少ない予算で効果を最大化！ 賢いSNS広告とインフルエンサー活用術

限られた予算の中で最大の効果を得るために、費用対効果の高いSNS広告運用と、共感を呼ぶインフルエンサーマーケティングの基礎を習得し、賢い集客ノウハウを知ることができます。

04 真似するだけで売上アップ！ 成功事例から学ぶ「あなただけの」実践プラン

成功事例から学んだ知見を基に、あなたのEC事業に合わせた具体的なアクションプランを作成し、講座終了後すぐに売上アップに繋がる実践的なステップを踏み出せます。



主
催



サステナブルグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

EC売上を加速させる！SNS最新戦略セミナー

お問い合わせNO.S132427



当社ホームページからお申込みいただけます。 船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)右検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。→

132427

このような お悩みはありませんか？

1つでも当てはまる方はセミナーにご参加ください

Amazonや楽天での
売上は頭打ちで、
新たな販路開拓や
集客方法を模索している

SNSマーケティングの
重要性は理解しているものの、
具体的な運用方法や
成功事例がわからない

InstagramやTikTokで
集客から
売上につなげる導線設計に
課題を感じている

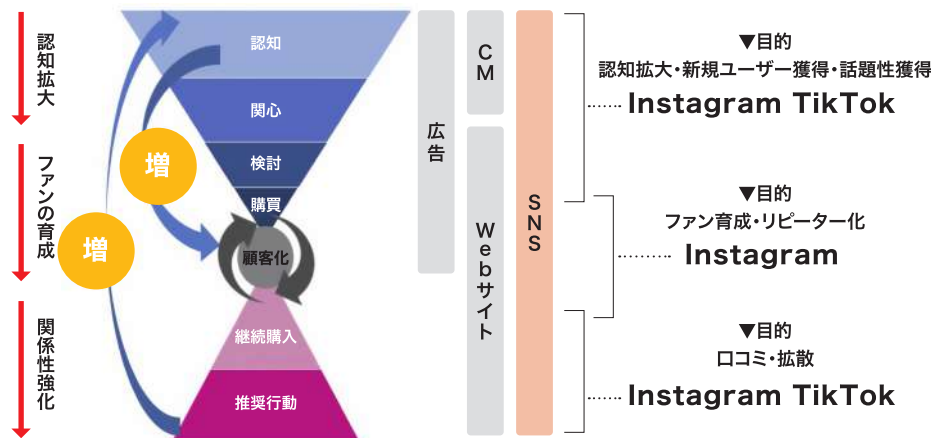
SNS広告の効果的な
活用方法を知りたい

限られたリソースの中で
費用対効果の高い
SNS施策を実行したい

なぜ今さらInstagram・TikTokなのか？

SNS活用で売上を最大化する 3つのPoint

POINT 1 SNSでEC売上最大化! Instagram・TikTok活用の最新トレンド!



Instagramではリール・ストーリーズ・ライブ配信を通じて、ユーザーとの信頼関係やエンゲージメントを構築し、購買につながる“ブランドファン”を育てられます。またTikTokでは、短尺動画が拡散されやすい仕組みを活用して、一気に認知拡大→商品への関心→購買に直結させる導線設計が可能です。SNSを起点とした顧客接点の確立は、LTV（顧客生涯価値）を高め、広告費に頼らない安定売上をつくるうえで欠かせません。

POINT 2 TikTok × TikTok Shopを使いこなす! 顧客開拓と購買を生む動画活用術

新規顧客の流入からコンバージョンまで、“今売れる”動線の全体像をお伝えします。

TikTokのアルゴリズムと攻略法



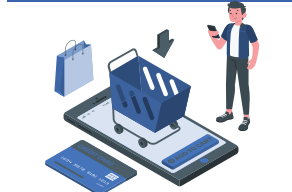
TikTokの“おすすめに載る”仕組みを理解し、視聴完了率・保存率などを高める動画構成を習得! コンテンツの初動設計と配信タイミングを最適化し、認知拡大につなげます。

TikTok広告でのCPA改善法



TikTok広告におけるクリエイティブとターゲティングの最適化手法を解説! 実際の広告運用データに基づき、CVR改善とCPA抑制の具体策を提供します。

TikTok Shop購入導線設計と認知拡大戦略

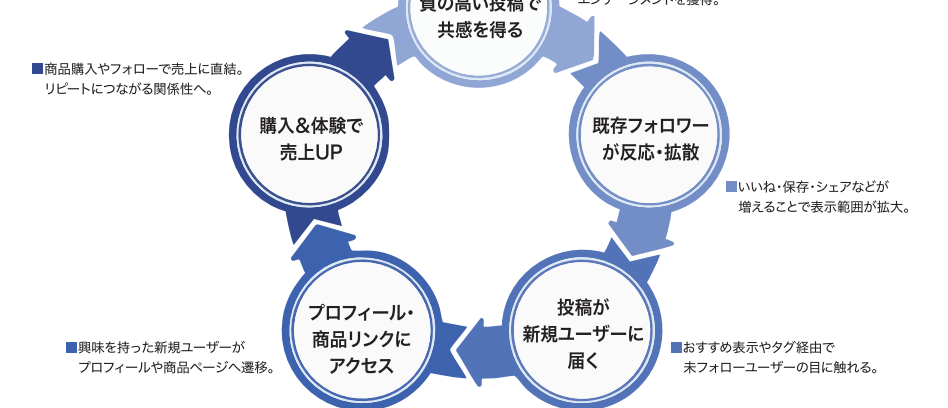


TikTok上で動画から商品購入までをスムーズに誘導する導線設計を構築! インフルエンサー活用による認知拡大と売上への献方法も紹介します。

TikTok Shopの導入により、動画視聴中に商品購入までが完了する“シームレスな購買体験”が可能となり、特に若年層を中心に急速に浸透しています。本セミナーでは、TikTokのアルゴリズムの理解に加え、どのような構成・演出・フックが「バズ」と購買を生むのかを解説!さらに、広告活用やインフルエンサー連携によるCPA改善や新規顧客獲得の戦略もご紹介し、売上・認知を同時に最大化する運用術を習得いただけます。

POINT 3 SNS運用でECモールの売上を伸ばすための3つのPoint

EC売上を伸ばすSNS活用モデル



ユーザーがSNSで興味を持っても、遷移先のLPや商品ページで魅力が伝わらなければ購買にはつながりません。そのため、画像・コピー・導線設計すべてに“欲しくさせる仕掛け”が不可欠です。また、残る2つの重要ポイントとして、SNS投稿内容と商品設計の連動、モール内SEOとの連携といった“モール+SNS”のハイブリッド戦略を解説いたします。

自社EC・モールECの売上を上げたSNS活用の成功事例を大公開!!

成功事例

ペット用品のAmazon販売で
SNSを活用した外部集客で **売り上げが2倍に!**

これまでAmazon内の広告だけで販促をしていたペット用品企業ですが、Amazon外集客、特にInstagramにおいてインフルエンサー施策やプレゼントキャンペーン施策を実施し、Amazonページに誘導することでアクセス数の増加とそれに伴った売上2倍成長に成功!

ポイント!

自社で内製化しない
インフルエンサーを **グロースモデルでうまく活用!**

ビッグミドルではなく当たるクリエイティブを作る事のできるマイクロインフルエンサーを多数採用し、自社でクリエイティブを内製化することなく、消費者に刺さるクリエイティブを量産し、それを広告で回すことでよりインプレッションを獲得して認知度を高めていく事がポイントとなる。

モール依存から脱却し、SNSで“選ばれるブランド”へ。今こそ、競合に差をつけるチャンス。

続きはセミナーで