

コーチとしてのブランドを 高める「事例」の集め方

「事例」をどう集めて、どう使うのか

今日のセミナーでは・・・

今日のテーマは「事例」です。

事例やお客様の声は、マーケティングでも重要だと言われています。
特にコーチングという、形がなくて認知もされていないものを売るには
「リアルな事例」がとても役立ちます。

今日は、事例について掘り下げて考えてみましょう。

どうやって事例を集めるのか、集めた事例はどう使うのか、
事例をどのように加工するのか。。。

事例を上手に使うと、コーチとしての信頼度が高まります。
せっかくやったコーチングセッションですから、
存分に活用していきましょう。

ステージによって違う、事例の集め方・使い方

コーチのステージによって、事例をどう扱うかが少し違う

ステージ1

自分のレベルアップのため

自分のコーチングを説明する材料

ステージ2～3

プロであると認識してもらうため

「実際にコーチングをやっている」ことを見せる

ステージ4～5

体験コーチングを獲得するため

見込客から「良いコーチだ」と思ってもらうため

ステージによって違う、事例の集め方・使い方

ステージ1（無料でコーチングをする）の事例

「学んだ」コーチングから、「実践する」コーチングへ
リアルな場で、スキルをどんどん使っていく
コーチングの感覚を肌感覚で掴む

コーチングがどんなものか、実感を持って理解する

「コーチングって、どんなことをするんですか？」の質問に
自分の言葉で答えられるようにする
実際に経験した話は、リアリティがある

ステージによって違う、事例の集め方・使い方

ステージ2～3（有料でコーチングをする）の事例

実際に活動しているところを見てもらう

SNS等で「コーチングしてきました！」と発信する
クライアントがいるということを見せる（無料でも）

他の人がコーチングを受けているのを見ると、
「プロなんだ」と認知される

ステージによって違う、事例の集め方・使い方

ステージ4～5（契約クライアントがいる）の事例

コーチングを安く提供するための理由付け

契約クライアントができると、安易に安くできないが、
「事例として使わせてもらおうので」と理由をつけることで
体験コーチングを無料や安価で提供できる

見込客により具体的なイメージを付けてもらう

ターゲットに近いクライアントの事例を出すことで
自分の課題に重ねてイメージしてもらう

自分のキャラクター付けを行う

クライアントの傾向が定まってくる

「どんな人にやることが多いですか？」と聞かれる。

どうやって事例・感想をもらうのか？

1. ストレートに頼む

「コーチングの事例を集めたいので、モニターに協力してください」

2. 特典のように見せる

「今回は無料（安価）で提供します。

その代わり、お客様の声（感想）をいただきます」

3. 過去のクライアントに聞きに行く

「〇〇さんのようにうまくいった人の事例を使わせてほしいです」

「以前の〇〇さんみたいに悩んでいる人に参考にしてほしいです」

どうやって事例・感想をもらうのか？

事例をもらう場合

- ・ コーチングをする際に、クライアントに頼む
「個人情報伏せた上で、ブログ等で使わせていただけますか？」
※先に言っておくと、トラブルにならない
- ・ ビフォー／アフターと、コーチングのポイント
コーチング前はどんな問題を持っていたのか
コーチングを受けて、その問題がどうなったのか
前後の変化が起こった理由や、解決策は何だったのか

どうやって事例・感想をもらうのか？

感想をもらう場合

- ・ コーチングをする際に、クライアントに頼む
 コーチング前「終わってから、感想を聞かせてもらえますか？」
 コーチング後「今の感想をいくつか聞いてもいいですか？」
- ・ インタビューをさせてもらうと良い
 - 1：きっかけ（なぜ、受けたいと思ったか）
 - 2：躊躇（受けるとき、躊躇したことはなかったか）
 - 3：決め手（受講・契約は、何が決め手になったのか）
 - 4：どうなった（コーチングを受けた後の状況）
 - 5：一番は（一番良かった点）
 - 6：家族（スタッフ）が言うには？（他人の視点）

事例・感想をもらうときの注意

- ・クライアントと二人で写真を撮る
顔出しNGなら、写真を加工する
- ・インタビューは録音すると良い
音声は使わなくても、文字起こしできる
- ・名前、肩書き、職業を公開する許可をもらう
NGのものは伏せたり、抽象度を上げて対応する
(Hさん、40代、サービス業 など)
- ・動画は難しいので、撮らなくても良い
クライアントが上手に話さないとあまり使えない

感想（お客様の声）の使い方

文章にしてストックしておく
できればブログ記事にする

ブログ・SNS・チラシ等、
どこにでも使える

印象的なものは、話せるようにする



千葉県の松戸で、理容師をしている波多野安洋さん。
昨年のグループコーチングプログラムに参加していただきました。

以前は、学ぶだけ学んで、ぜんぜん結果に結びつかず
悩んでいたのですが、3ヶ月のプログラムの後、どう変わったのでしょうか？

—— プログラムから1年ほど経ちましたね。
まずは、プログラムのビフォーアフターを教えてください。

そうですね。まず、行動力が格段に違います。
自分からどんどん動けるようになりました。

受ける前は、考えるだけで、思い悩んでいたんです。
で、一歩も進めず、行動に踏みきれなかった。

たとえば、お店のことで、売上を伸ばしたいという目標がありまして。

それでチラシを作ってみたんですが、
「自分の名前なんかが入ってるチラシなんて、撒いていいのかな」
とか思って、配れなかったんです。

事例の使い方

メルマガ・ブログ・SNS等でコンテンツとして活用する

1. 一般的にターゲットが持つ問題・悩み
2. その問題を解消したクライアントの紹介
3. コーティングでの大まかな流れ
4. クライアントの変化・問題解決のポイント
5. 事例の一般化
6. 問題解決のポイントを一言で

※パワーコーチのメルマガを参考に（7/29, 5/17等）

もっと簡単な使い方

コーチングをするたびに、クライアントと写真を撮る
スマホの自撮りでOK。

喫茶店やラウンジなら、スタッフに撮ってもらうのもOK

許可を得て、SNSに写真をアップロード

許可があれば顔出し、なければ加工する

「コーチングしてきました！」

内容は書かず、自分の感想や相手の反応を書く

(私としても初心を思い出すセッションでした！

クライアントさんの表情がみるみる変わっていききました！)

→「コーチングを実際にやっている人」として見てもらう
実際にクライアントがいるというだけで、プロに見える

事例・感想で最も大切なこと

事例・感想をもらえる「人物」であること

クライアントから、「この人に恩返ししたい」「この人の力になりたい」と思ってもらえるコーチであること。

そうでなければ、見込客に刺さる感想にはなりません。

コーチングの技量は当然のことですが、それだけでなく、クライアントの成功に真剣に関わり、きちんと向き合うこと。

「人として、この人を信頼している」状態になって初めて、気持ちの伝わる感想をいただけます。

「感想」を聞いたのに、「この人のコーチングはぜひ受けてください」と宣伝してもらえるレベルを目指しましょう。