

もうひとつ上を目指す
独立クリエイターの営業力アップ塾



No.5 : その後の関係づくり！



元広告代理店、現場叩き上げ営業マン

エサキヨシノリ

クリエイティブ作業が終了し、
お金の回収も完了。

その時点から発注者との、

「その後の関係づくり」が始まります。

せつかくのお仕事を単発のモノにしては、
もったいない。

「今後の仕事もすべてお願いするで！」
と言われるためのコミュニケーション・
ノウハウについてお話いたします。

さあ、

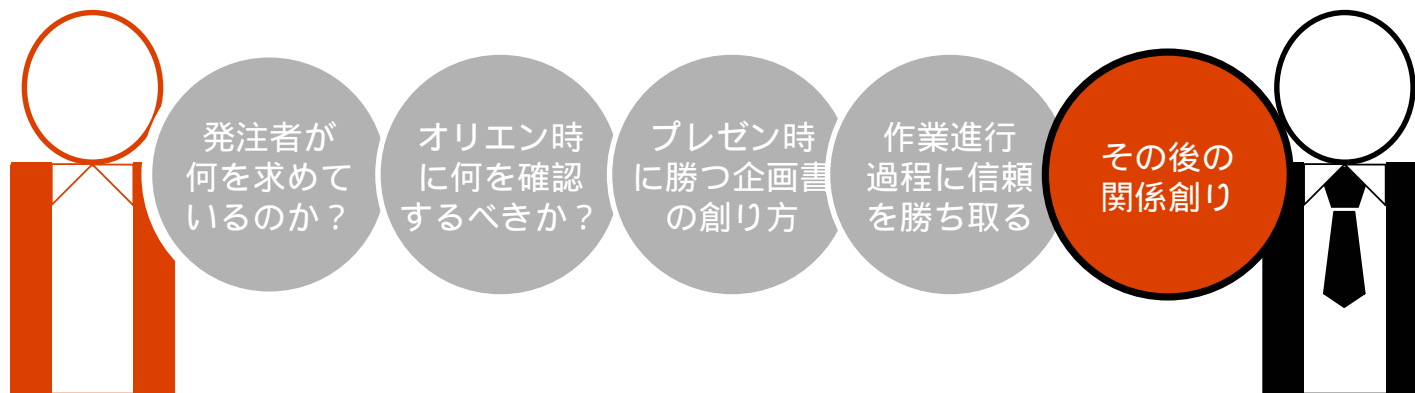
五回に渡るセミナーもいよいよ最終回。

みなさま。

最後まで張り切って熱く参りましょう。

【 本日のテーマ 】

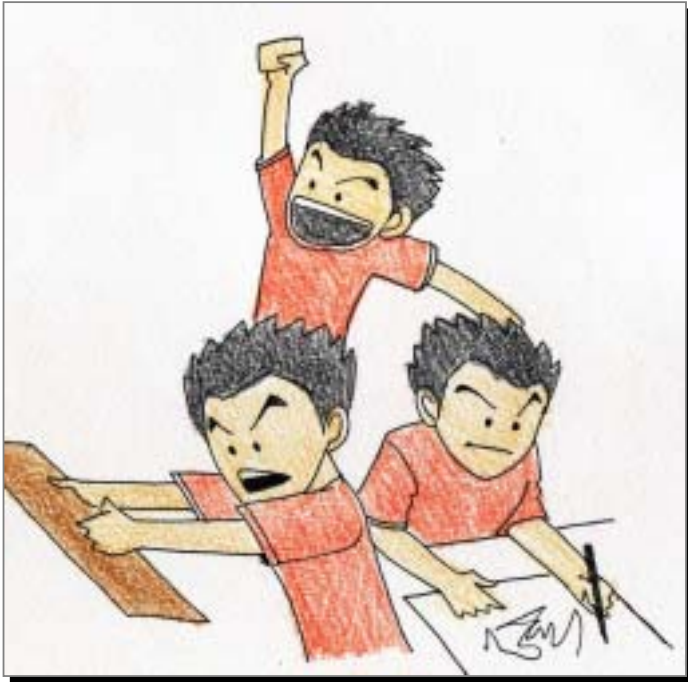
5回シリーズ、最終回のテーマは独立クリエイターとして知っておきたい発注担当者との、「その後の関係づくり方法」です。



独立クリエイター

発注者(企業)
広告代理店

【 前回までのあらすじ 】



独立2年目のグラフィック・デザイナー、情熱学(じょうねつ・まなぶ)は、ある日、半年前に何気なく飛び込んだお菓子メーカー、ペロリン・チョコ株式会社の坂本クリエイティブ課長から新商品発売日の新聞広告制作に関するプレゼンを依頼された。

彼にとって初めての体験であったが、独自視点でのプレゼンが評価され正式受注に成功。そして1月15日の掲載日に向けての作業も、なんとか終わりを迎えようとしていた。

【 今回の設定 】



「ペロリン キッス(商品名)」の新聞広告原稿の入稿を無事すませた学は初めての
大仕事に今までに無い充実・達成感を味わいながら仕事仲間のエサキと共に祝杯を挙げた。

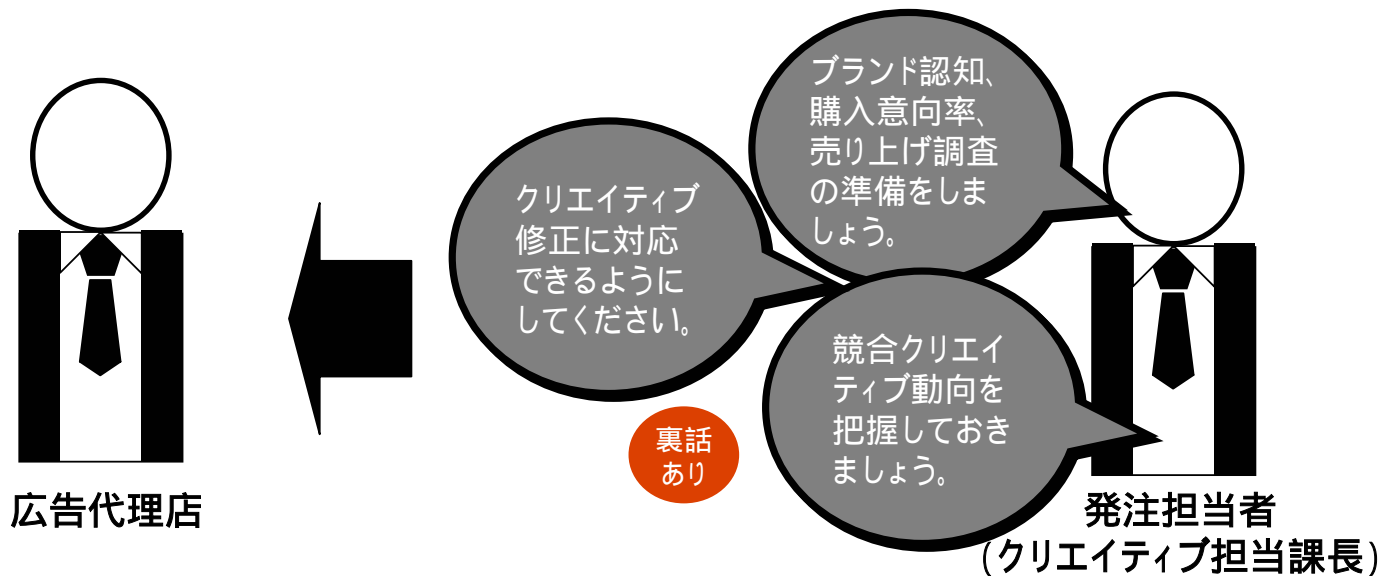
そして、新聞広告掲載日でもあった次の日、エサキからの一本の電話が二日酔いの学の酔いを見事に吹っ飛ばした。「これからの作業の事だけど、抜かりなきように！」とエサキ。やっと仕事が終わってゆっくりしようと内心思っていた学にとって???な話だったが、よく聴いてみると作業完了後の対発注担当者アクションによって長い取引をゲットできるかが決まる！だからそのための作戦を今のうちに練っておいた方がいい！という事だった。

僕にとって、またもや未知なる指摘！

と言う事で、二日酔いで最悪のテンションだった僕、情熱学が、ふらっふらになりながら、エサキさんから受けたアドバイスの内容を、これからお話したいと思います。

【 作業完了後の発注担当者心理 】

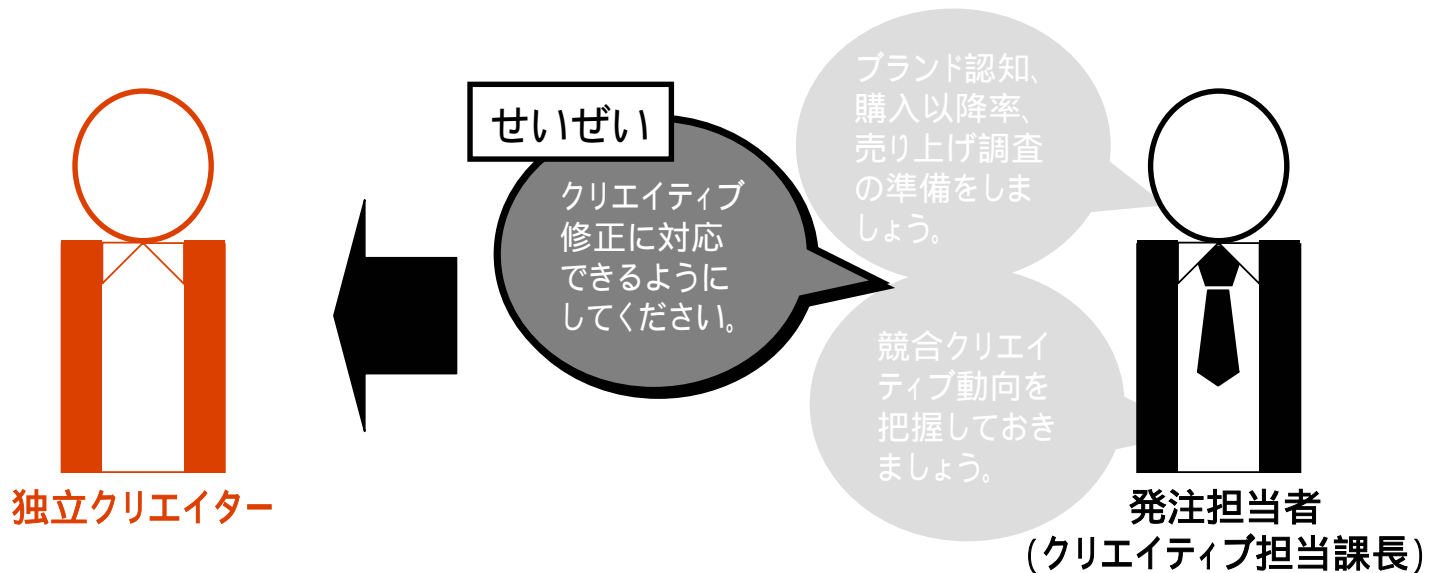
エサキ：「そして、4つの反応に関し好ましくない事態が起きないように(起きてしまった時のために)クリエイティブ担当課長として対策を考えているんだ。」



ポイント 万が一のため、すぐに対策が打てるように広告代理店に対し、その準備の指示を出している。

【 発注担当者が独立クリエイターに求めている事 】

エサキ：「現時点で、正直、発注担当者が学くんに求めている事は少ない。」



ポイント

広告が出てしまうと発注担当者はキャンペーン全体のクリエイティブに関する作業(対応)に追われるため、広告代理店とのやり取りが多くなってしまいます。

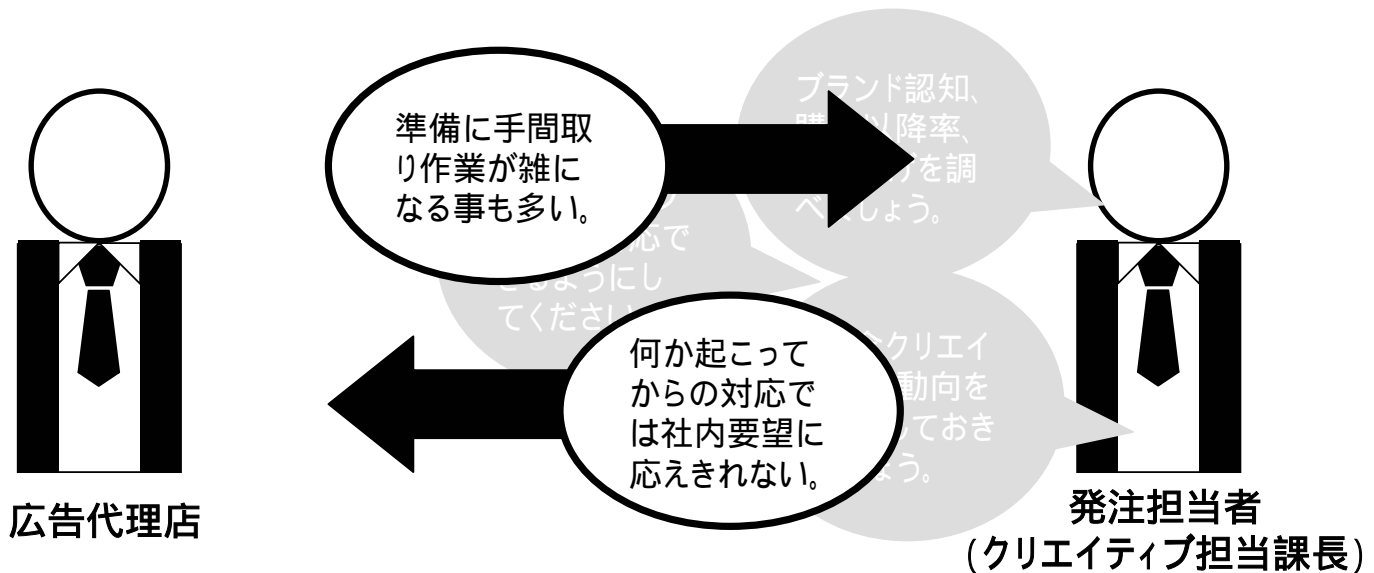
だったら、彼ら（発注担当者と広告代理店）の作業が落ち着くまで、ゆっくり待ってればいいやん！

それから動こう！ それから。

……なんて、思うべからず！！

【 実は…………… 】

エサキ：「発注担当者と広告代理店との4つの反応に関する対策は後手に回る事が多いんだ。」

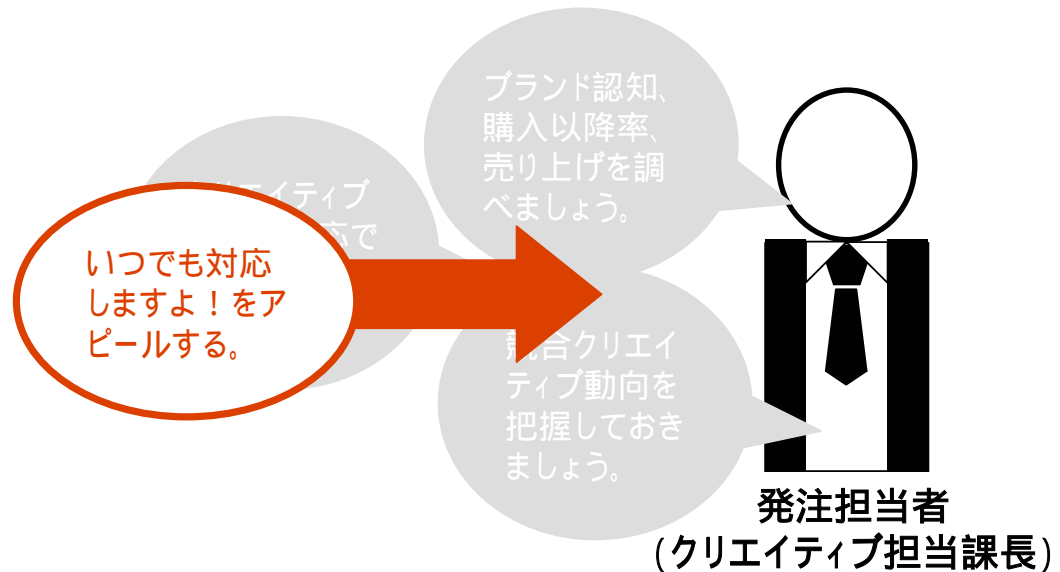


ポイント

大手企業でも、キャンペーン(商品発売)の準備に追われがちで、発売後の諸問題に対するリスクヘッジが十分でない事も多い。

【 だからこそ！ 】

エサキ：「発注担当者と広告代理店が対応作業にバタバタする事を想定して、いつでも力になれるよぉ～という事を作業完了の直後からアピールするんだ。」



ポイント

広告代理店でも対応できない「こまごま + スピード + 面倒くさい」仕事に対応する事で、発注担当者から感謝される事を考える。

それでは！

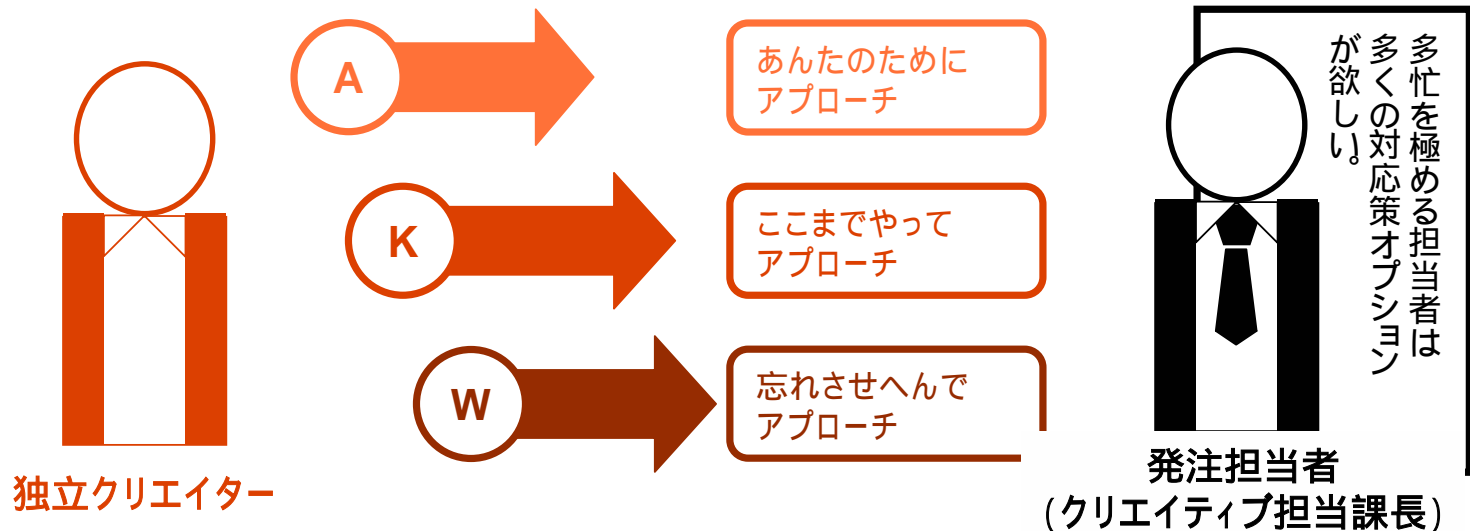
独立クリエイターの学んだから出来る発注担当者
へのアプローチ作戦、

題して！

「あんたのために、ここまでやって、忘れさせへんで
作戦(AKW作戦)」について説明していこう。

【 AKW作戦 (その戦略) 】

エサキ: 「はじめに、発注担当者へのアプローチ作戦、その戦略(なぜ、AKWなのか)について説明しよう。」



ポイント

この時期、発注担当者は超多忙になり、あなたの存在を忘れがちになる。そんな時こそ、相手の状況を理解しながら「出すぎたまねでなく力になる」事をちゃんとアピールし彼のハートを掴んでいく。

【 AKW作戦 (あなたのためにアプローチ編) 】



独立クリエイター

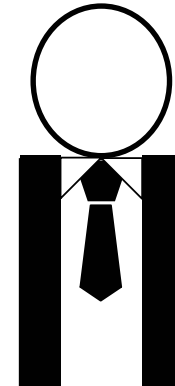
ペロリンチョコ株式会社
クリエイティブ課 坂本課長

大変お世話になっております。
いよいよ新商品「ペロリン キッス」の発売を本日に迎え、
まずはおめでとうございます。今後は発売後の対応等に
一層お忙しくなると存じますが、くれぐれもお体にお気をつけ
頂き、新聞広告のみならず私がお力になれる事がございま
したら、いつでも駆けつける準備をしておりますので是非ご
用命ください。

先日のプレゼンでもお伝えいたしましたが、本プロジェクト
に対する私の想いは御社の皆さまと同じでございます。

最後に、ペロリン キッスの成功を一スタッフとして支えて
いきたいと思っております。それでは、よろしくお願ひいたします。

情熱学

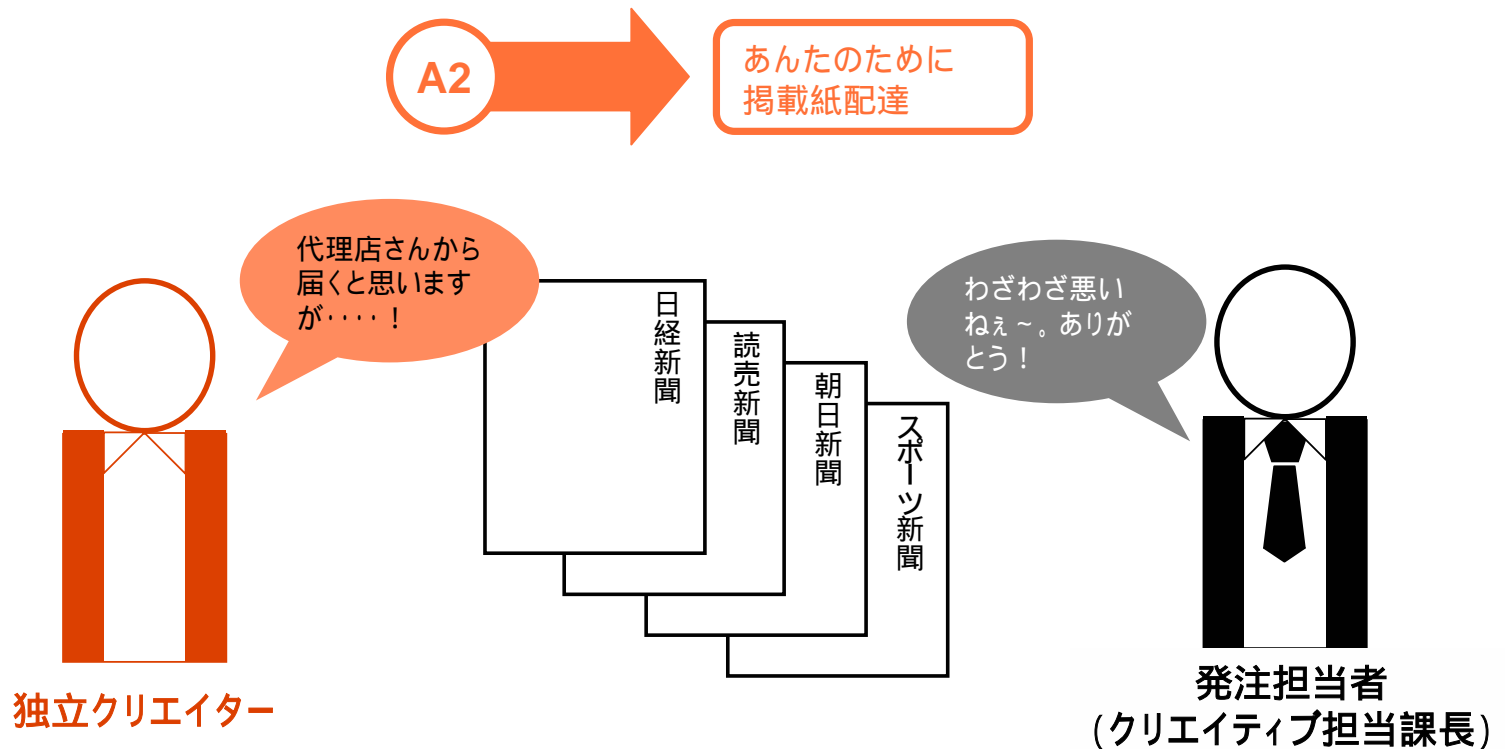


発注担当者
(クリエイティブ担当課長)

ポイント

新聞広告が掲載された日の朝一に、「あなたのためにメール」を配信し、発注担当者への気遣いをアピールする。

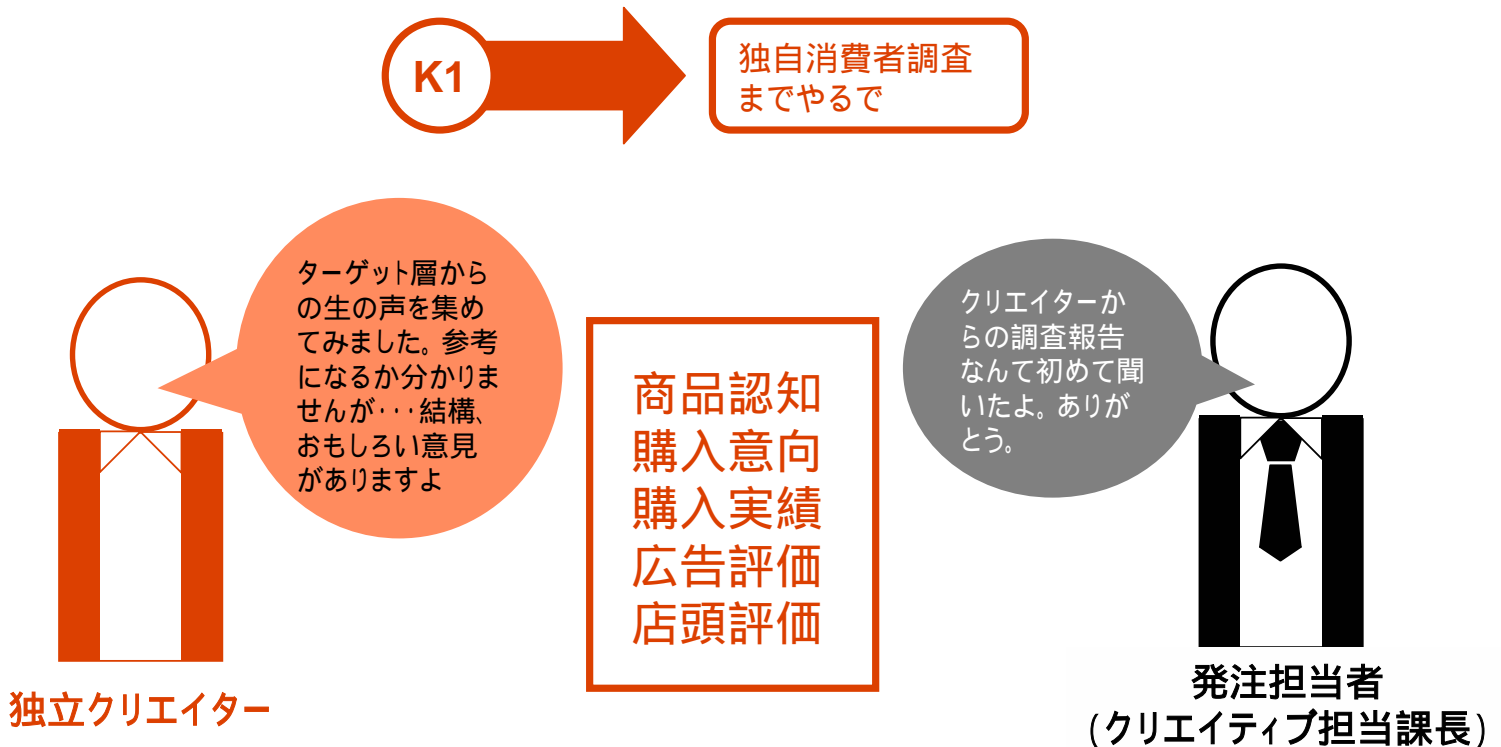
【 AKW作戦 (あなたのためにアプローチ編) 】



ポイント

「あなたのためにメール」を発注担当者が開く時間帯(朝一)の直後に広告代理店より早く掲載紙を全紙売店で買って、その足で届ける(一部ずつでもOK)。

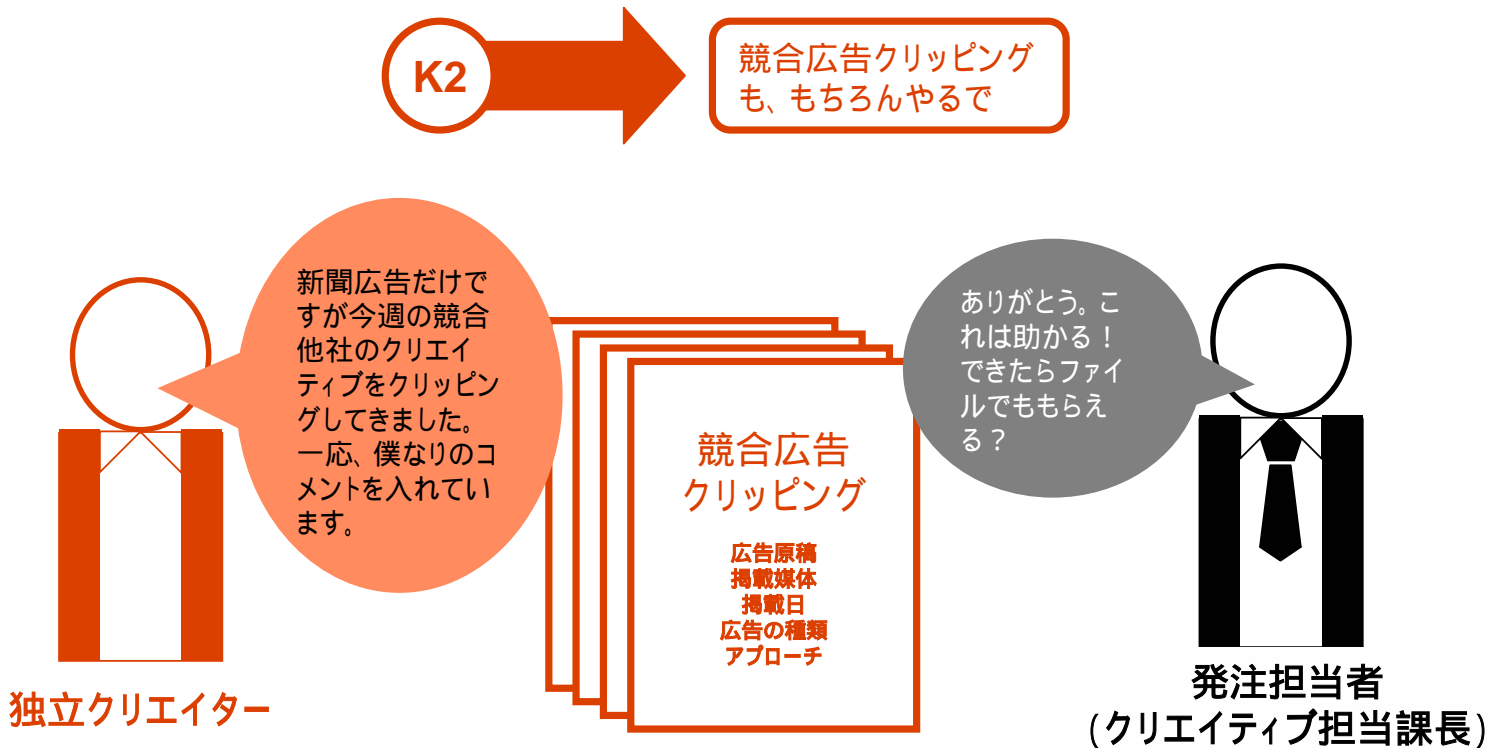
【 AKW作戦 (ここまでやってアプローチ編) 】



ポイント

発注担当者がクリエイティブ部門担当として取り押せておきたいデータ(情報)を独自調べでプレゼントする。(通常、広告代理店との作業なので、+ のアクションとして評価される可能性大)

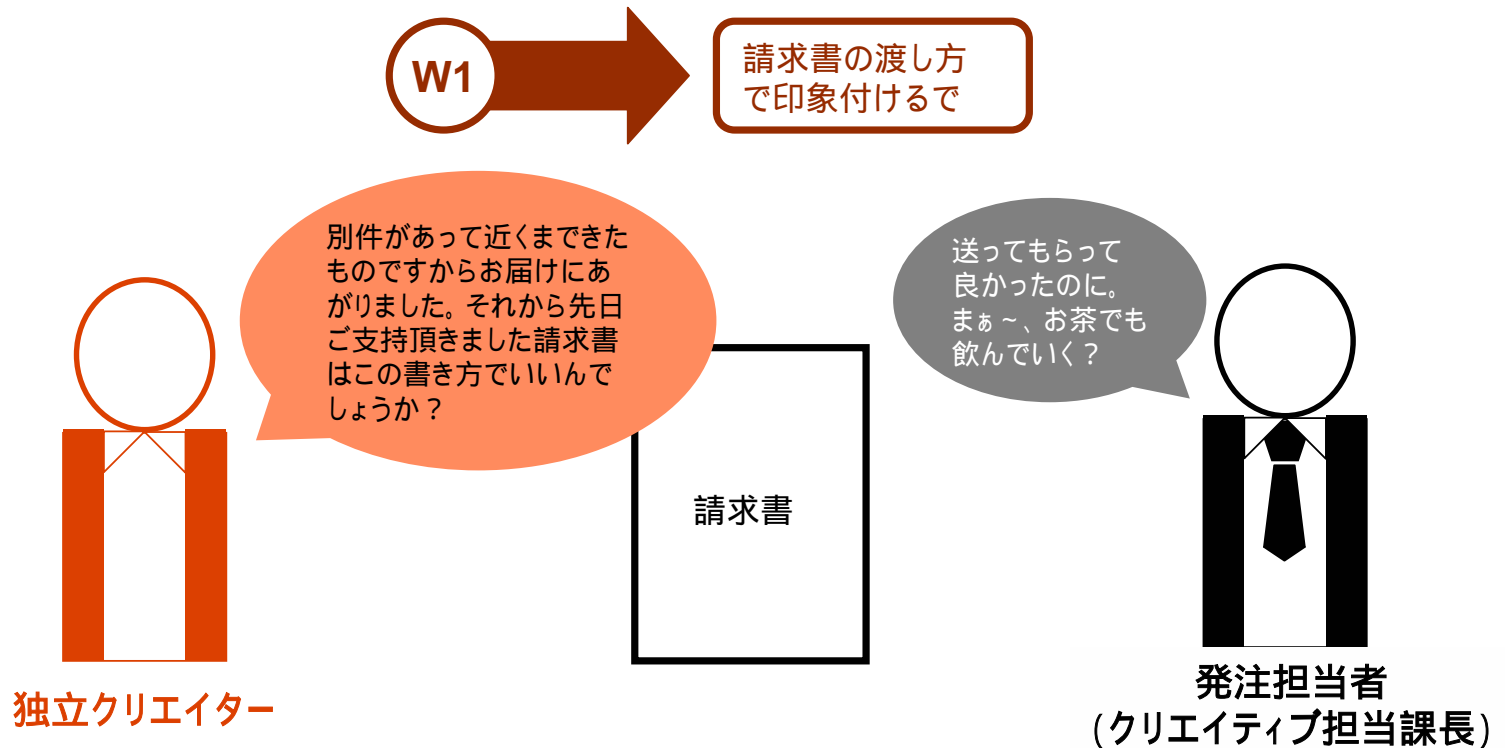
【 AKW作戦 (ここまでやってアプローチ編) 】



ポイント

競合他社との広告合戦が激化しだすと必ずと言っていいほど発注者社内の上の人間がクリエイティブに対しての勝手な評価をしだす。その時のために発注担当者は情報を集め出す。

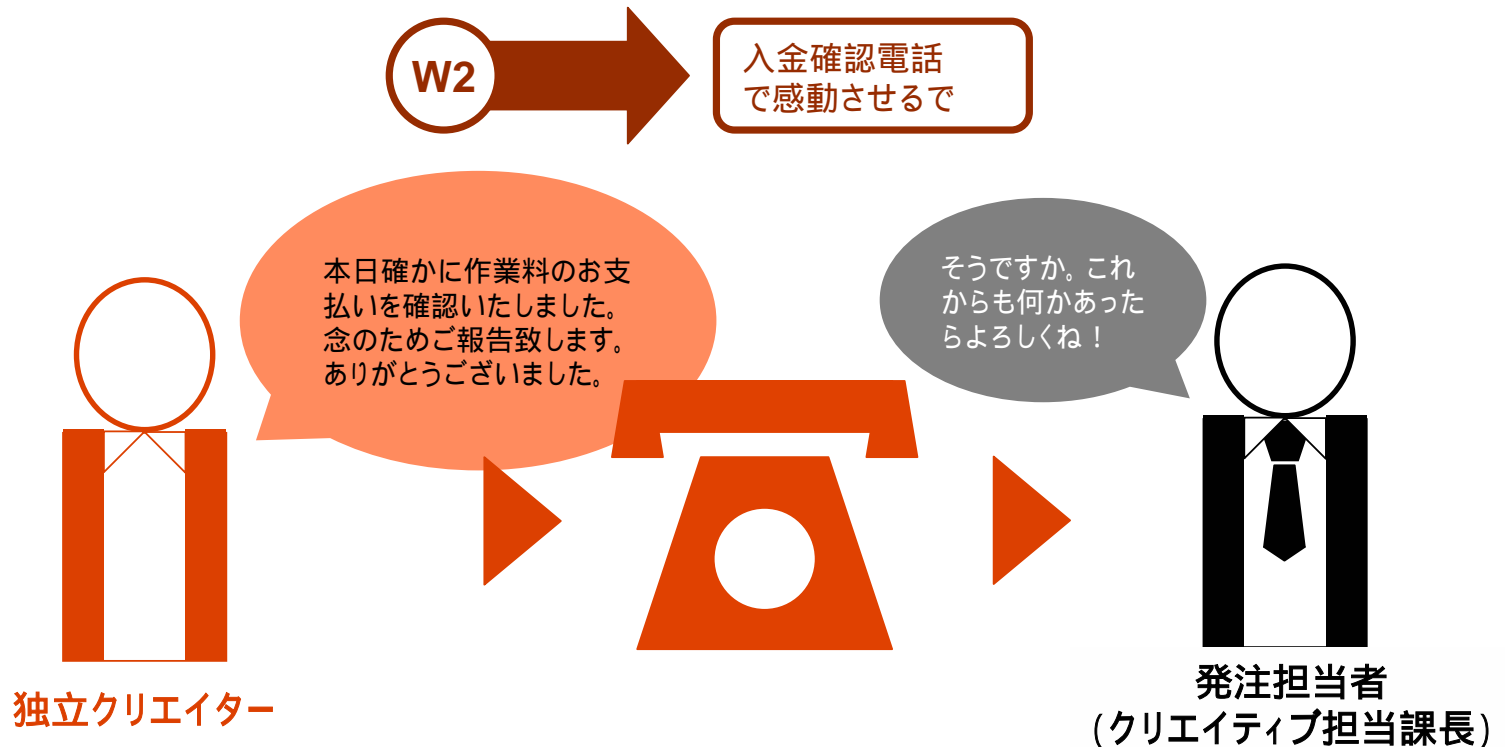
【 AKW作戦 (忘れさせへんでアプローチ編) 】



ポイント

めっちゃめっちゃ基本的な話ですが・・・発注担当者から郵送でもいいよ！って言われても、何かの理由をつけて必ず訪問して手渡ししよう。それから発注企業フォーマットの請求書が必要か否かは要事前確認。

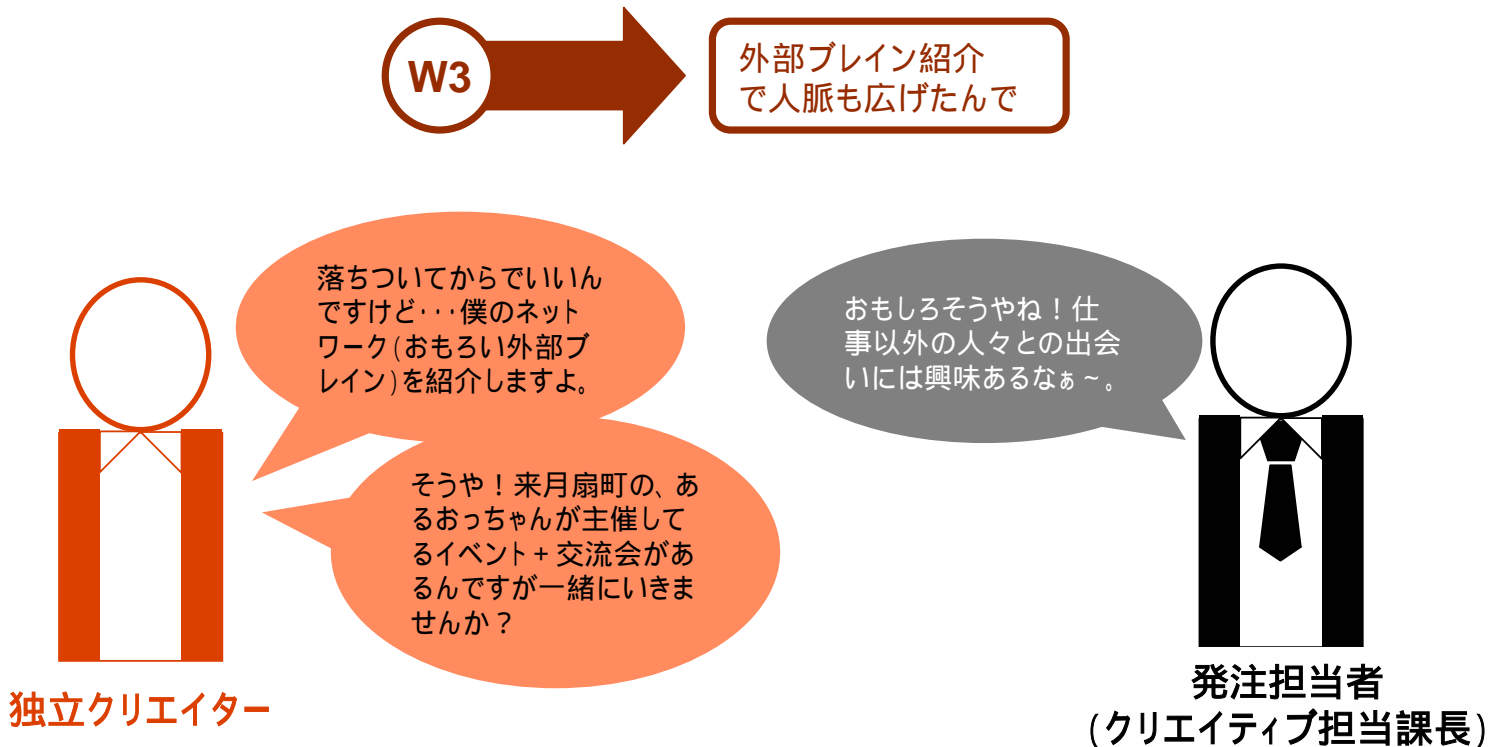
【 AKW作戦 (忘れさせへんでアプローチ編) 】



ポイント

発注企業からの入金を確認したらお礼も含め、必ず電話で連絡をしておこう。「まめ + 商売堅い」奴だなあ〜と良い印象を残す事ができる。

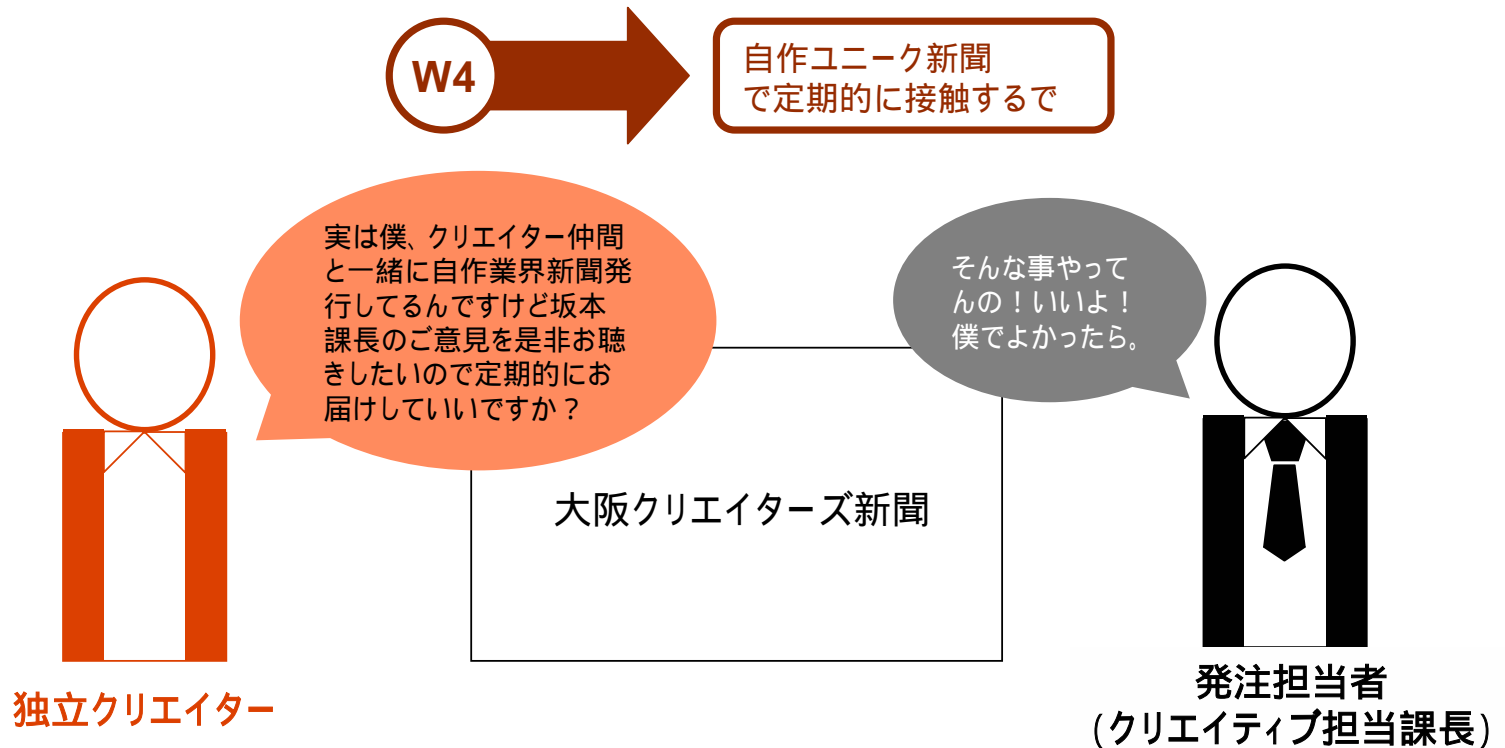
【 AKW作戦 (忘れさせへんでアプローチ編) 】



ポイント

大手企業の発注担当者は案外行動・人脈範囲が狭いもの。新しい外部ブレインを紹介しながら、あなたの得意な領域へと引き込んでしまう。

【 AKW作戦 (忘れさせへんでアプローチ編) 】



ポイント

独自制作業界情報紙(めるまがでも可)を制作し、発注担当者宛てに定期的届ける。発注担当者との繋がりを保ち続けるための訪問理由を創ってしまおう。

「ご清聴ありがとうございました。」
皆さまとお会いできた事に心から
感謝いたします。
長きに渡りお疲れ様でした。

情熱の学校 エサキヨシノリ