

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.4 :
作業進行過程で信頼を勝ち取る！



元広告代理店、現場叩き上げ営業マン

エサキヨシノリ

プレゼン後、納品までの間、

特に新規発注者に対するコミュニケーションには気を遣う必要があります。

それは作業をスムーズに進めるためだけでなく、発注者からの確かな信頼を得るためでもあります。

重要な事は、

「密なる対話」、
「主体的発言」そして、
「お客さまの「為」になる提案」です。

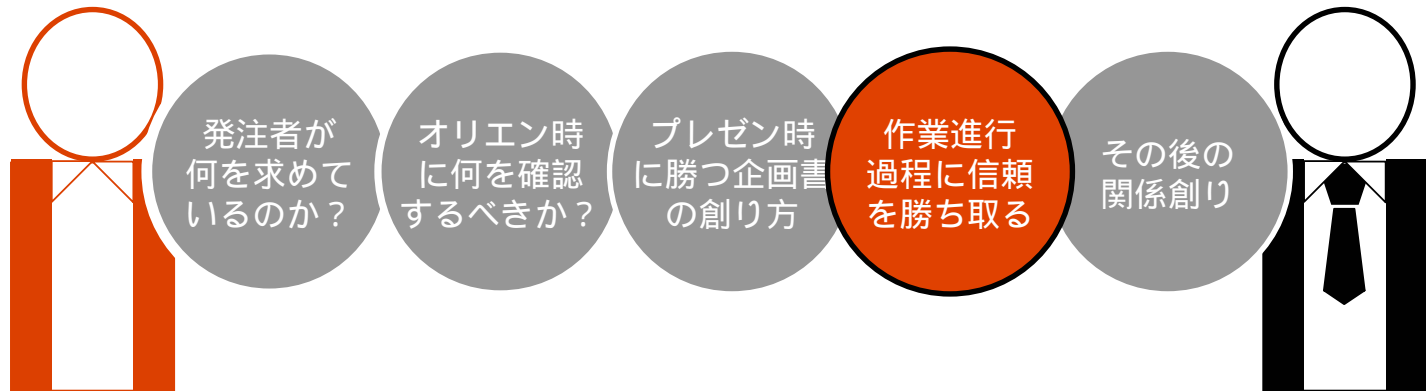
第4回のセミナーでは、

制作作業過程上で発注者を不安にさせないための、これだけは押えておきたい

営業ノウハウについてお話をします。

【 本日のテーマ 】

5回シリーズ、第4回のテーマは独立クリエイターとして知っておきたい「作業進行過程に信頼を勝ち取る方法」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、仕事仲間のエサキヨシノリと共に企画書を作成、独自の提案という形でなんとかプレゼンを終えたのであった。

【 今回の設定 】



そして、3日後、ペロリン・チョコより

正式依頼！

の連絡が学のもとに入った。

新聞特性を活かしながらターゲットの心理(ニーズ)を上手く顕在化させるストレートな広告表現(クリエイティブ)、そして学からの熱のこもった独自のプレゼンが評価されたのだと言う。

その結果、新聞以外のコミュニケーション展開とは別のブランディング広告を新聞だけで展開する事になった。

【 今回の設定 】



早速、自信満々で作業を進めた学だが、陣中見舞いでオフィスに現れたエサキから作業進行中の発注担当者とのコミュニケーションについて指摘を受ける。

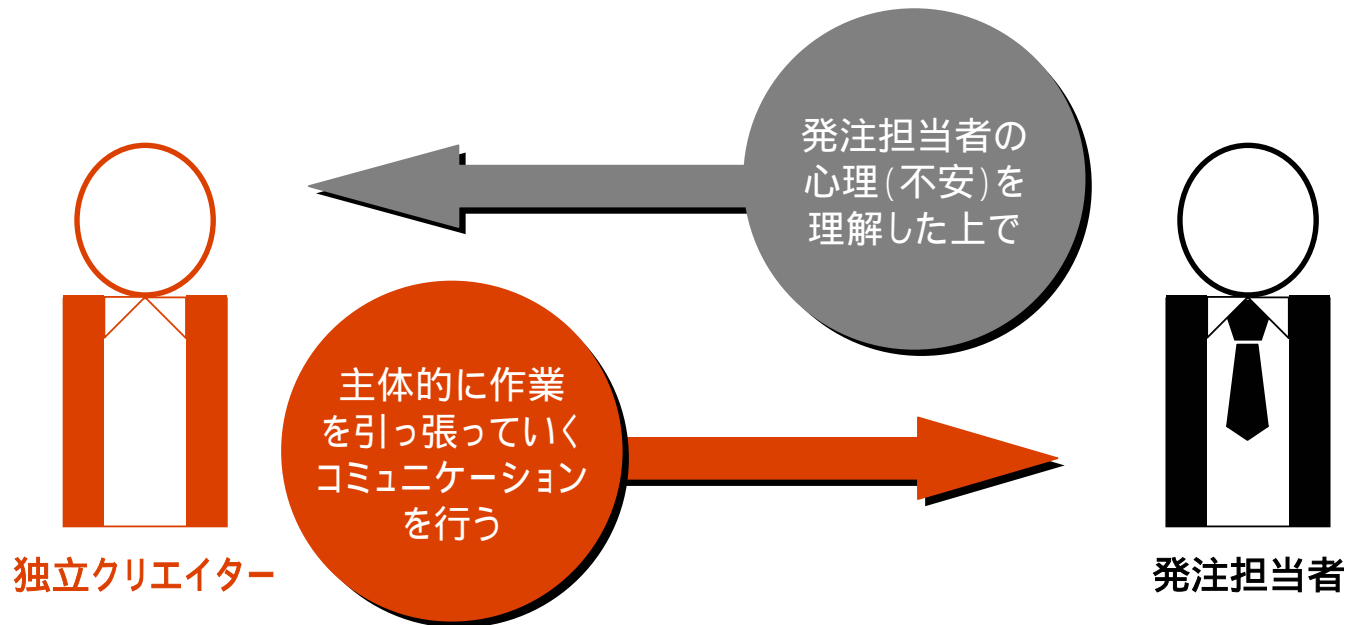
「作業に没頭するのも良いが、これからは作業を通じて発注担当者からの信頼を勝ち取る事が大切なんだ。クライアントの心をつかむコミュニケーション(営業活動)を忘れないように！」

そんな事ぜんぜん考えていなかった学は、またまたビックリ！！そして、またもや、エサキからの助言を受け入れる事になった。

と言う事で、
僕、情熱学が、またまた、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。

【 作業中のコミュニケーションとは 】

エサキ: 「信頼を勝ち取るクリエイターは作業中における発注担当者とのコミュニケーション(営業)を重視しているんだ。」



【 発注担当者の心理(不安) 】

エサキ：「では、発注担当者が作業に関して、どんな心理(不安)を抱え、クリエイターに対し何を期待するのかについて話をすると・・・、」

【作業への心理(不安)】

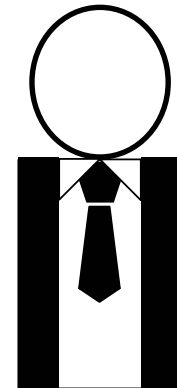
ちゃんと作業が進むかなあ～??

- 制作スケジュール
- 予算
- 作業上で起こる予期せぬ問題

【クリエイターに対しての期待】

余計な気を遣わせないようにリードしてほしい。

発注担当者の
心理(心配)を
理解した上で



発注担当者

【 発注担当者の不安を解消するために 】

エサキ：「発注者の不安に対して主体的に作業をリードするという事は、」



独立クリエイター

主体
を引
コミュ

スケジュール・予算管理の徹底と、作業上の問題に対して最適な対応を、

発注担当者が不安に思う前に、

早めに、主導型で、発注者を巻き込みながら進行していく。

エサキ：

それでは、学くんにも分かり易いように制作スケジュール上の各作業をベースに発注担当者が喜ぶ営業コミュニケーション・テクニックの話をしてしよう！

【 スケジュールの確認 】

エサキ：「まず発注者と確認しておきたい制作スケジュール。これを素早く提出・確認していく事で初期段階での発注担当者の不安は劇的に減るんだ。」

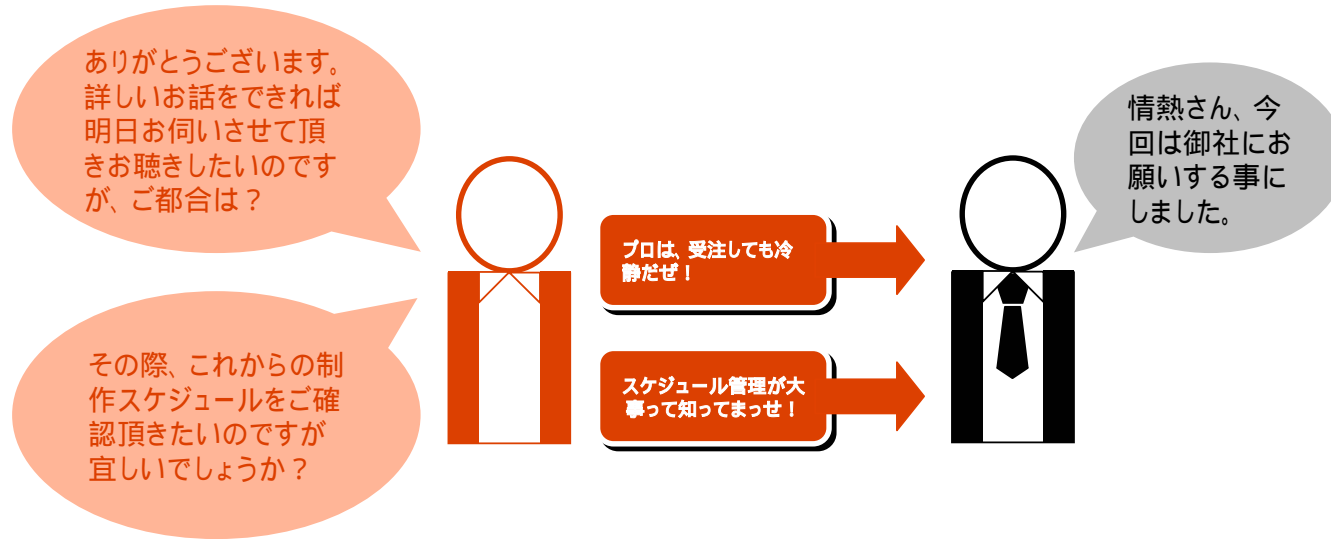
日付	作業内容	P J	備考	日付	作業内容	P J	備考	日付	作業内容	P J	備考	
11月	20 月	1	プレゼン結果	→				12月	1 金	4	ラフ・チェックバック	→
	21 火		原稿内容確定	→			2 土					
	22 水		スケジュール提出		素材形態連絡 ラフ原稿提出方法確認		3 日					
	23 木	2	素材支給	→			4 月					
	24 金						5 火		修正原稿提出	←		
	25 土						6 水					
	26 日	3	ラフ原稿提出	←	素材形態連絡		7 木		修正原稿チェック	→		
	27 月		概算予算提出				8 金		バック			
	28 火						9 土					
	29 水						10 日					
	30 木	4	ラフ・チェックバック	→			11 月					
12月	1 金							1 1月	1			
	2 土						2 火					
	3 日											
	4 月											
	5 火											
	6 水											
	7 木											
	8 金											
	9 土											
	10 日											
	11 月											
12 火	5	スタッフ顔合せ 最終予算提出	←	候補者情報まとめ方確認				3 水				
13 水							4 木	原稿最終確認	←	新聞紙に合わせた出力で確認		
14 木		タレント・オーディション		PJ	競合出演確認		5 金	入稿素材確認	J			
15 金							6 土					
16 土	6						7 日					
17 日							8 月	10	広告代理店入稿 新聞社入稿	J D社	JからPに報告	
18 月		タレント決定	→				9 火					
19 火							10 水					
20 水	7	撮影		PJ			11 木	11	色校正確認	J		
21 木		入稿形態確認		J	D社と新聞社に確認		12 金					
22 金	8						13 土					
23 土							14 日					
24 日							15 月					
25 月		撮影後原稿提出	←									
26 火	9	撮影後原稿 チェックバック	→									
27 水												
28 木												
29 金												
30 土												
31 日												

- スケジュール確認は、いつ、誰が、誰に対して、何を行うのかを端的に分かるフォーマットとして、発注担当者と共有しておきましょう。
- 一発目のスケジュールでは、ラフ原稿確定までは手際よさをアピール、オーディション、撮影では発注担当者を巻き込み、問題が起こった場合でも対応が可能な、見た目余裕があるスケジュールを主導型でしておく。

【 ① プレゼン結果 】

エサキ：「発注担当者から学くん

```
にプレゼン結果の連絡が入った時、以下のポイントをゼツタイ押えておくべし！」
```

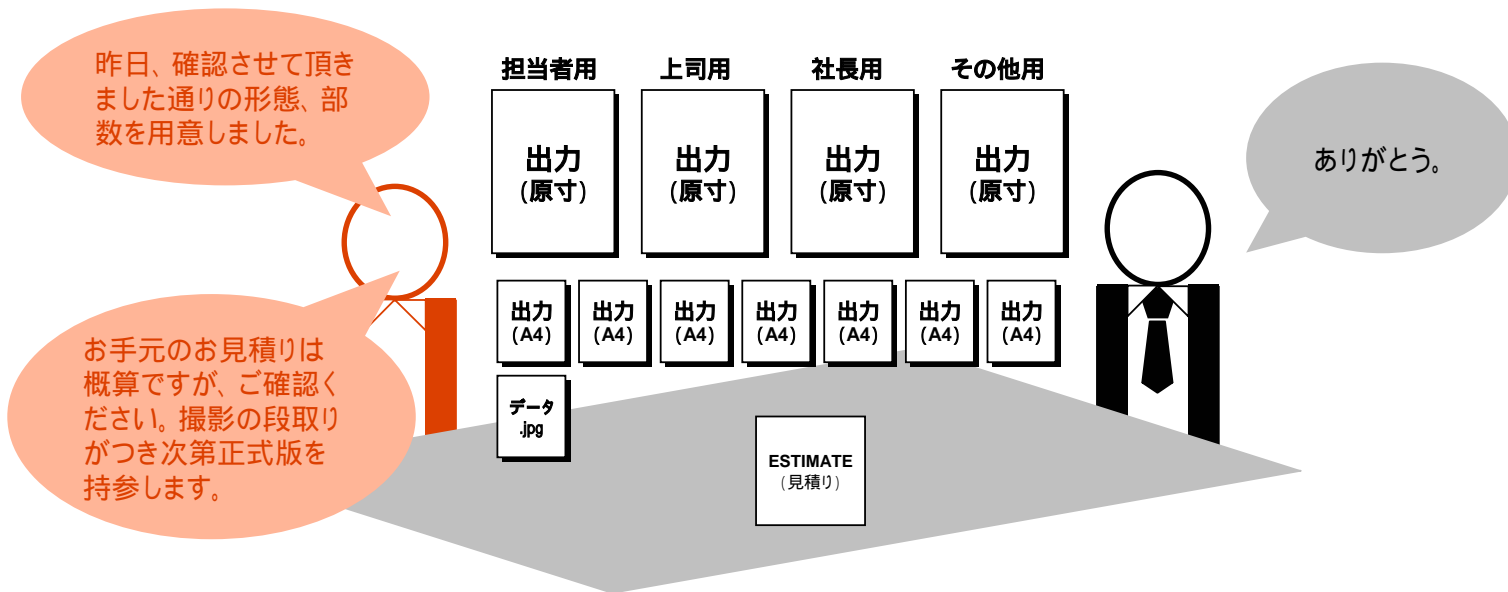


注意

発注担当者からの電話では用件だけをプロらしく確認し、必ず発注者オフィスへ出向き今後の制作段取りを確認したい旨を伝える。(その時に、いろいろ話を聞けば良い)

【 ③ ラフ原稿・概算予算提出 】

エサキ: 「次にラフ原稿を持参する時の注意点を触れていくよ。」

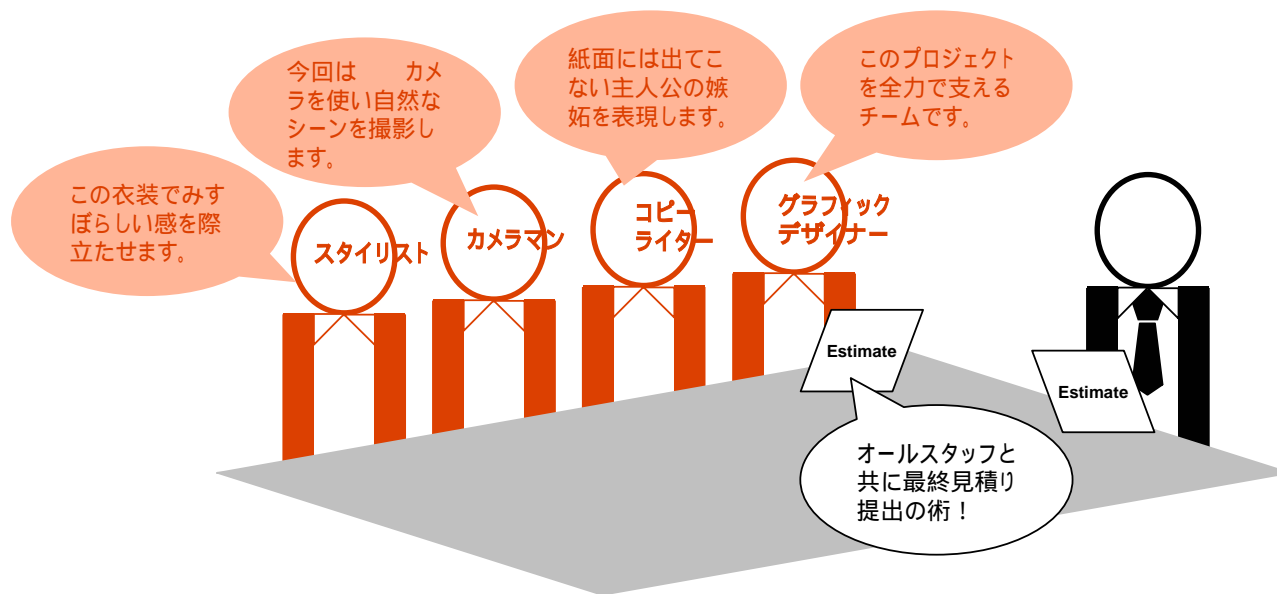


注意

ラフ原稿は予め発注担当者が望む用途を取材し、それに合わせた形態・部数を持参しよう。概算見積りをこの時点で提出し、ちゃんと予算内で進めるアピールをしておく。

【 5 スタッフ顔合せ、最終予算提出 】

エサキ：「原稿内容が固まり制作作業が本格化する前に発注担当者に対しスタッフ紹介をしておこう。」

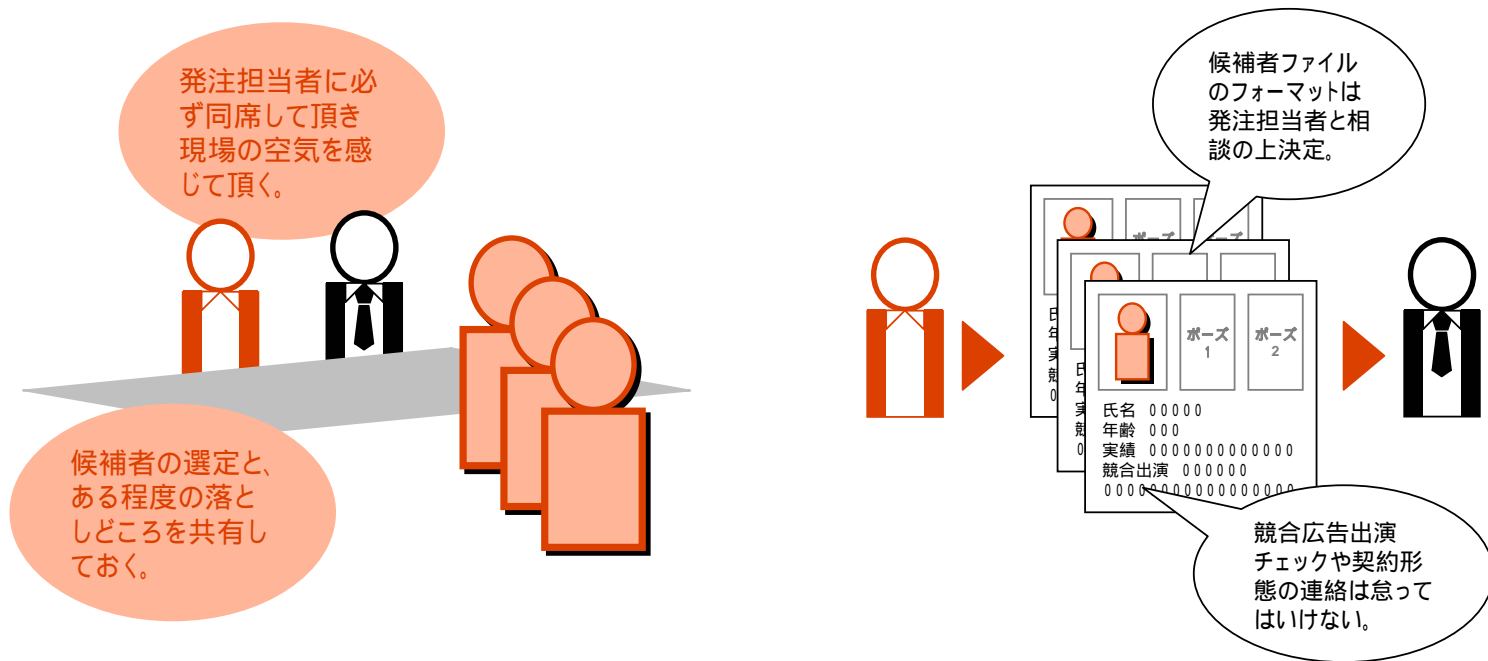


注意

発注担当者に対しオールスタッフを紹介。チームとしてのコミットメントを先方を巻き込みながらアピールする。(このタイミングで最終見積りを出すより効果的)

【 6 タレント・オーディション、タレント決定 】

エサキ: 「タレント・オーディション関連作業で失敗しないためのポイントとは、」

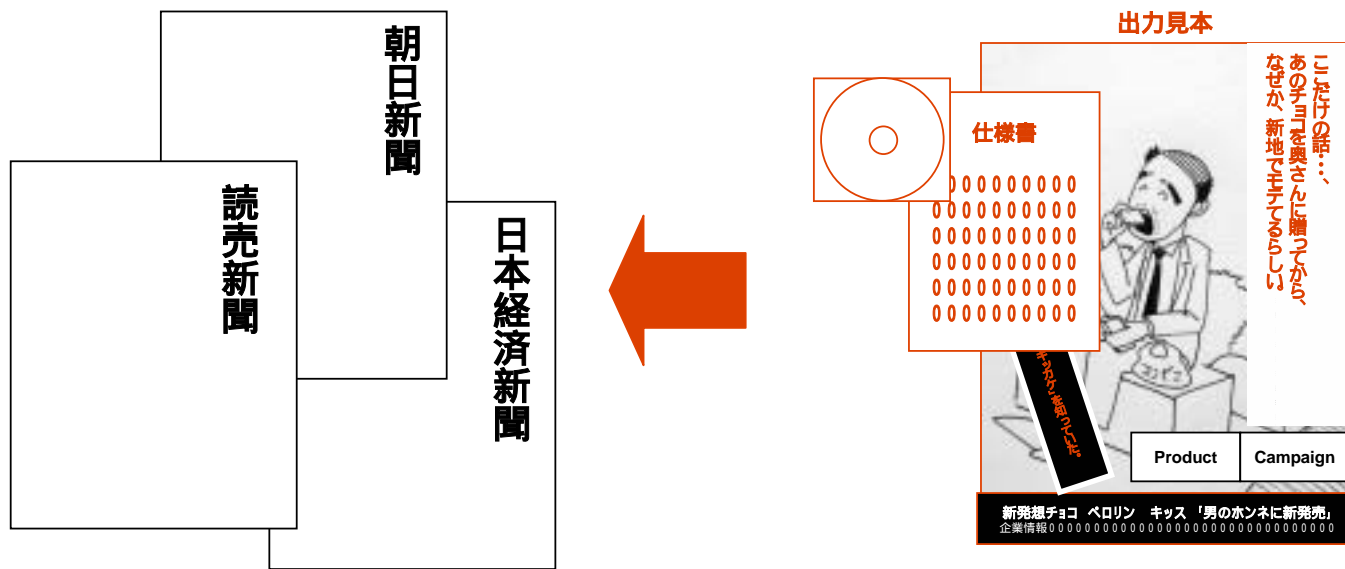


注意

タレント・オーディションはやり直しができないもの。よって必ず発注担当者に同席をして頂き制作スタッフと先方との合意点を一致させておこう。

【 8 入稿形態確定 】

エサキ：「入稿時にアホらしいミスをしないように事前に各新聞社の入稿形態(ルール)を確認しておこう。」



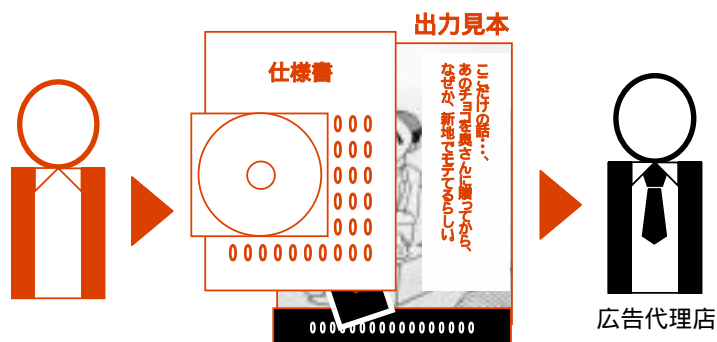
注意

基本的には広告代理店が新聞社へ入稿するため彼らから情報を貰うべきだが、念のため新聞社に問い合わせよう。

【 10 広告代理店・新聞社入稿 】

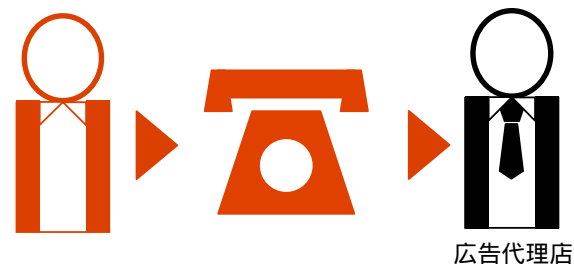
エサキ：「入稿原稿は広告代理店経由で新聞社へ入稿されるが、ここでもちょっとしたコミュニケーション・テクが発注担当者からの信頼を得るんだ。」

【広告代理店へ納品】



* その場で広告代理店に内容確認してもらう。

【得意先へ連絡】



* 納品直後(広告代理店より早く)完了の報告を電話で入れる。

注意

広告代理店に原稿を納品する際は、必ず、その場ですべて内容を確認してもらい、納品後は、即発注担当者へ報告の電話を入れておく。

エサキ：

その他のコミュニケーション・テクについて話を
しておくね！

【 その他2 もろもろテク 】

エサキ: 「他にも気が付いた事を言っておくと……、」

- 重要な件は電話でマメに連絡を入れる。
- やばい問題が発生したら自分で解決しようとせず発注担当者に即連絡、指示を仰ぐ。
- 発注担当者を接待するタイミングは撮影の後。

「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。

情熱の学校 エサキヨシノリ