

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.1: 発注者は何を求めているか？



元広告代理店、現場叩き上げ営業マン

エサキヨシノリ

もうひとつ上を目指す、独立クリエイターさまへ

例えば、

企業に属する事なく自分の力だけで頑張る
独立クリエイターが、

「もう一段上のレベルを目指すには、どうしたらいいんやろ？」と自問したとします。

近頃、仕事の話があっても競合案件。

一生懸命出したアイデアが良いのか悪いのか
良く分からないままにボツになり。

仕事になったとしても最終的には見積り金額を
叩かれるばかり。

そんな状況から脱するため、

職人としての営業力に着目してみませんか？

そして、大きめの会社から、やりがいのある仕
事をどんどん獲得してみませんか？

広告代理店時代、発注者の一人として、

独立クリエイターさん達と仕事をしてきた、

**私、エサキが、偏り半分、独自のセオリーを全
公開でお話致します。**

【 と言う事で、 】

これからの5回シリーズセミナーを通じて、独立クリエイターである皆さんが自力で仕事を獲得し続けるために身に付けたい営業ノウハウを現場の様々なシーンを基にお教えしたいと思います。



独立クリエイター

発注者(企業)
広告代理店

【 本日のテーマ 】

5回シリーズ、はじめのテーマは独立クリエイターとして知っておきたい
「発注者(企業や広告代理店)がみなさんに何を求めているのか?」です。



独立クリエイター

発注者(企業)
広告代理店

発注者が何を求
めているか？の話

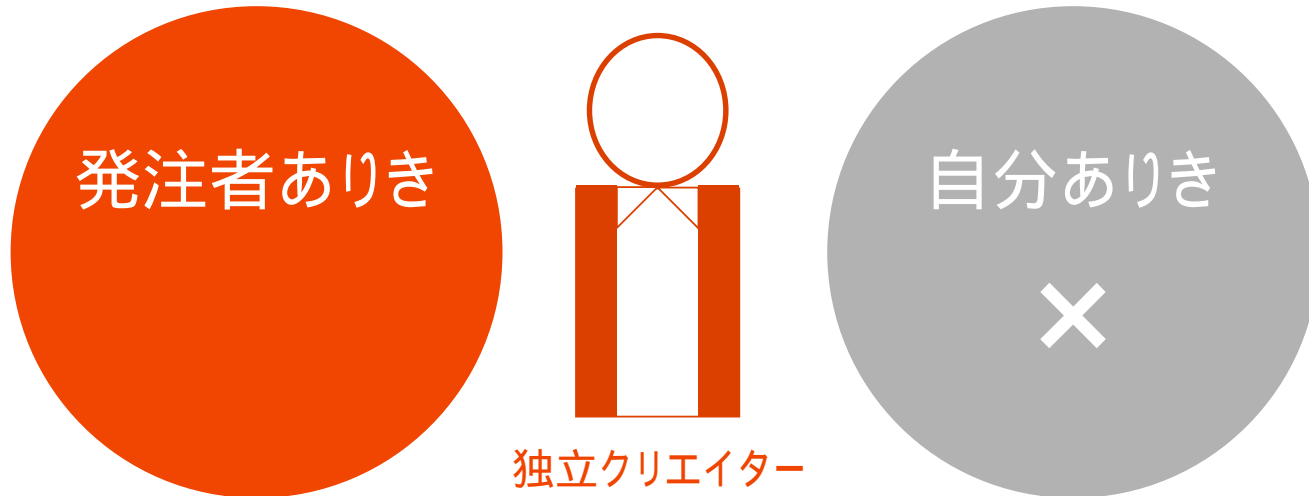
本題に入る前に、

- なぜ、知らないといけないの？
- 発注者にとって、どんな存在？

について触れておきます。

【 なぜ、知らないといけないの？ 】

それは、独立クリエイターである皆さんは、いわゆる「自分ありきのアーティスト(芸術家)」ではなく、**発注者ありき、そして彼らのビジネス・ゴール達成をサポートするクリエイター**であるからです。



【 発注者にとって、どんな存在？ 】

次に、大きめ会社にとって、皆さんは、どんな存在なのでしょうか？ また、大きめ会社の誰が皆さんを必要としているのでしょうか？

独立クリエイター



自分の外部ブレイン

会社の決め事に沿う事を不安と
感じる担当者の多くが政治綱に
掛からない(染まっていない)外
部のブレインを持ち、又は持ちた
いと考えている。大きな仕事の依
頼は出来ないが、一度信頼する
とパートナーとして対等に付き合
う事も多い。

広告代理店
クリエイター



会社同士の契約上 取引せざるを得ない

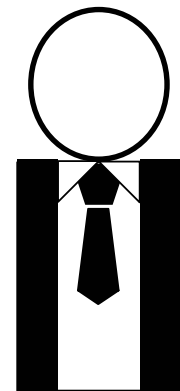
自分の意思で選んでいないケー
スが多く、メインの仕事は依頼し
ているが、会社同士の政治的理
由から腹を割って付き合う事を避
けるケースもあり。

〆大会社
クリエイター



もしものバックアップ

メインでない仕事や、広告代理店
が請けない仕事をお願いしてい
るバックアップ的存在。信頼関係
が深く長い場合は、時々メイン仕
事のコンペに呼ばれる可能性も
ある。しかし、会社の意向で取引
が一瞬に打ち切られる事もある。



発注者(企業)
担当者

つまり……、



発注者の発想

- 発注企業のビジネスサポートはもちろんだが
- 発注担当者にとっての頼れる外部ブレインとして

有能か否かを基準に、皆さんに何かを求めていると
言う事を知って下さい。

そして……、突然！
クリエイター適性1分チェック

【 クリエイター適性1分チェック 】

以下の質問に「Yes」とお答えの場合、 枠にチェックを入れて下さい。

- 自分の名刺はPCで作成し、プリンター出力のモノを使っている。
- 得意先訪問の際、クリエイター(自分)としての個性を表現するためファッションにもこだわる。
- 「世界観」という言葉を良く使う。
- 「マーケティング」と言う言葉には苦手意識がある。
- 得意先からの依頼に対し「そんなの無理だよ～」って心の中ですぐに思ってしまう。
- プレゼンに挑む際、事前に出席者・人数など、特に確認しない。
- プレゼン・企画書創りは不得意だ。
- 作業進行状況を、あまり得意先に報告しない。
- 問題がおきても、おさまりが付くまで得意先には言わない。
- 納品が完了すれば「仕事は終わり」と思っている。

【 クリエイター適性1分チェック 】

それでは、適正の確認をしてみましょう。(深刻なもんではありません！)



0コ

：だんとつ独立クリエイター

すでに独立クリエイターとしての職業を熟知されている方。結構、発注者さんから信頼されてはるんとちゃいますか？



1 ~ 3コ

：やるじゃん独立クリエイター

考え方や行動は立派な独立クリエイターさんです。その調子で日々の努力を積み重ねていけば、必ず花開きます！



4 ~ 6コ

：がんばれ独立クリエイター

クリエイターとしての技術に自信があるなら、もう一度発注者の立場にたって「あるべき姿」を勉強してみましょう！まだ大丈夫。



7コ以上

：ぶっちゃけアーティスト

かなり自分の世界中心タイプですね。クリエイターとしての仕事を再確認し、場合によってはアーティストへ転身した方が良いかも。

それでは、いよいよ！

本題に入ります。

【 はじめに、キツイ事実 】

頼れる外部ブレインとして皆さんを採用する場合、発注担当者が、皆さんに求める最も重要な要素(能力)は……、

クリエイティブ力では、
ありません！

残念ながら、彼らが最も重要としている要素は、皆さんの「こだわる技術」ではなく、会社のビジネスを理解しつつ、自分の立場や状況を有利にしてくれる「営業力(コミュニケーション、気配り、スケジュール・予算管理、プレゼン)」です。

クリエイティブ力はあるが、営業力で決めている。

ある発注者の証言

【 発注担当者が営業力を求めている訳 】

発注担当者が求める営業力とは？ そして、なぜ、クリエイターにそれを求めているのか？

クリエイティブ力を見るが、営業力で決めている。

営業力とは

自分の外部ブレインとして、会社のビジネスサポーターとして、「ちゃんと」信頼して仕事を任せられる力

- 一般的な市場、マーケティング、戦略・戦術についてちゃんと知っている
- クリエイティブ上の重要ポイントを論理的にちゃんと聞き出し、理解できる。
- その上でのクリエイションがちゃんと出来る。
- 場を理解した見せ方がちゃんとできる。
- 作業進行、報連相、お金に関してちゃんとしている。

営業力を求める理由

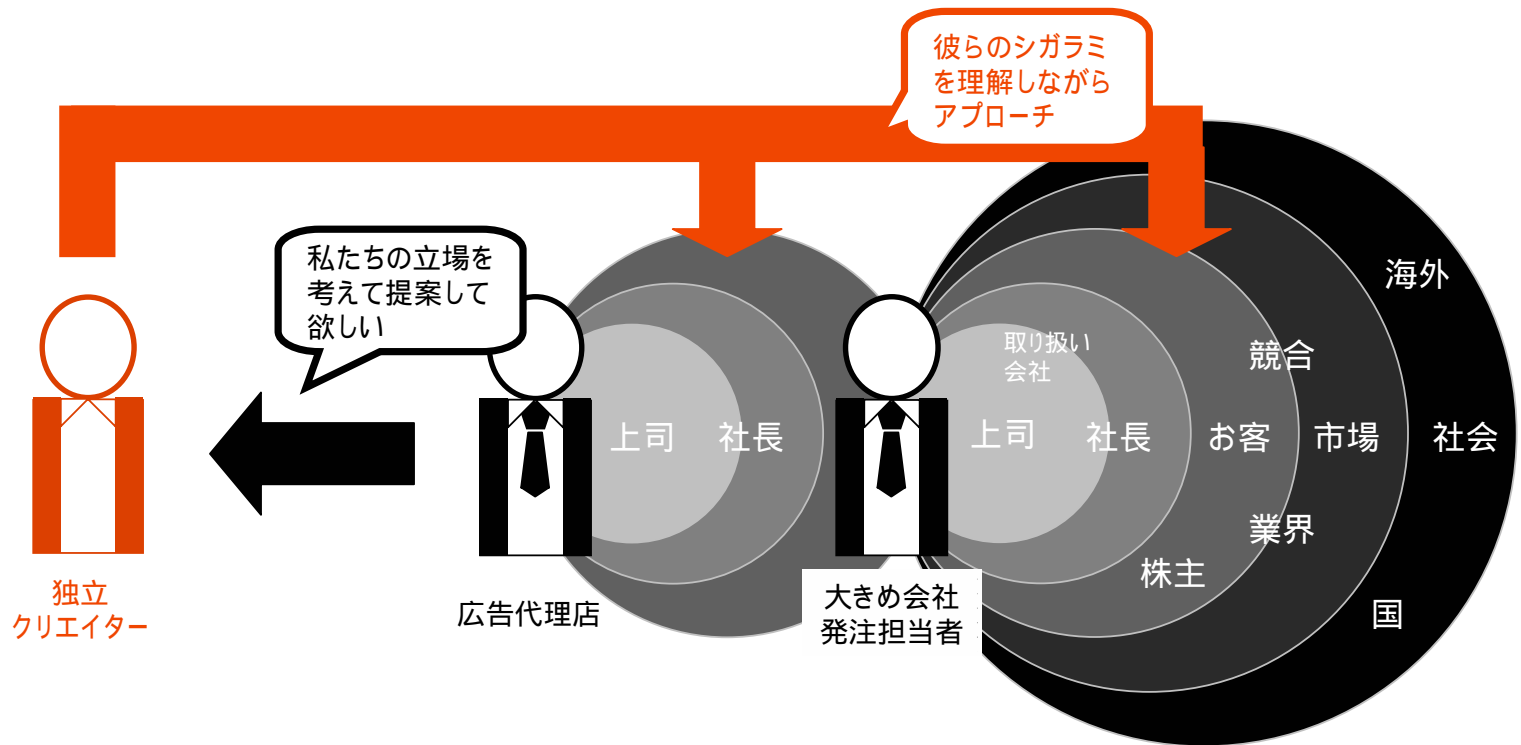
発注担当者が営業力を重視するのは

- イメージや世界観などの感覚的な提案
- コストやスケジュールが現実的でない提案
- 発注者側に選択の余地がない提案
- クリエイターとして信頼できる実績や経験をしめしてくれない提案

をいくらされても、会社人である担当者としては、会社やお客さま、社会に対し、あなたの採用を説得する事ができないと言う事なのです。逆に、ずば抜けたクリエイティブ力がなくとも左記の能力を、あなたが、そこそこ持っているとしたら採用され易いと言う事なのです。

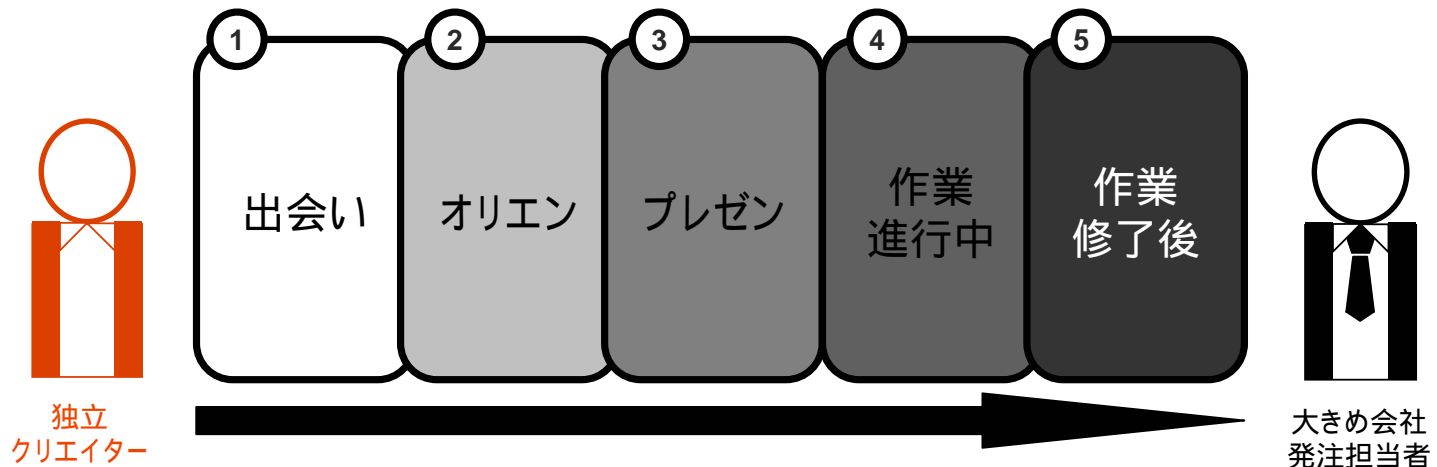
【 営業力を求めている訳(例えば) 】

発注担当者は、独立クリエイターである皆さんとの付き合いを決定するために多くのステイクホルダーとの兼ね合いも視野に入れている。



【 では、お仕事の流れの中で営業力を確認 】

それでは、具体的な話に入るために、お仕事の流れ上の5つのフェーズを設定し進行したいと思います。



【 ある独立クリエイターを例えに 】



独立クリエイター 情熱学(じょうねつ・まなぶ)

2年前に個人事業主(いっぴき狼?)として独立。それまでは小さなクリエイティブハウスのデザイナーとして中小企業のチラシ、店頭POP、Webサイトなどを手掛けていた。そして独立を機に、彼はもっと「クリエイティブな仕事」がしたいと、TVCMなどを行っている大きめ会社への参入を試みる。自己のこだわりであるクリエイティブ力で勝負をかけようと、ある日、意気揚々、某会社の宣伝部を訪ねたのであった。

1

出会い

【 「出会い」で求めている事 】

【よくいるイケてないクリエイター】

- せっかくの出会いなのに、発注担当者が、どんな情報を必要としているかを考えず自分の言いたい事ばかりアピールしてしまう。
- クリエイターなのにPCで出力した名刺。
- デザイン作品だけのポートフォリオ。
- 個性だけを強調した身なり。

【発注担当者が求めている事】

- 精神論はいらないから、クリエイターとしての実績とうち(会社と自分)に対して、どんな事してくれるのかを端的に教えて欲しい。
- 名刺は看板。だったら、そこも、ちゃんとしてないと信用できないなぁ～。それにHPもちゃんとしていた方がいいな！
- ポートフォリオには、プロジェクトの目的、課題、戦略、コンセプト、そして成果を入れて欲しい。
- はじめてなんだから、個性より礼儀を考えて欲しい。あいさつ、ひとつ出来ないなら???



2

オリエン

【 「オリエン」時に求めている事 】

【よくいるイケてないクリエイター】

- 世界観・イメージを感覚的に話す事は得意だが、市場動向、ターゲット、戦略などの話になると、途端に？？？な顔をする。
- 予算やスケジュールを能動的に訊いてこない。
- 質問も、論理的でなく思いつきで訊いてしまう。
- それはできないですねえ～ってすぐ言ってしまう。

【発注担当者が求めている事】

- マーケティングや最近の経済用語は基礎で良いから知ってくれないとビジネス前提のクリエイティブは創れないだろう？！世界観やイメージの話をするのであればブランディング視点でお願い。
- 制作費の相場や独自の仕切り値を知っていて欲しい。もちろんスケジュール管理もそっち主導で。
- 重要な質問事項ぐらい事前にまとめとけよ！それから、後からちょっとづつ質問してくるのも？？？
- 巨匠ぶるクリエイターは最低。



3

プレゼン

【 「プレゼン」時に求めている事 】



【よくいるイケてないクリエイター】

- そのプレゼンがどんな意味やレベルのものかを把握せず、担当者向けと同様なやり方でやってしまう。
- キーパーソンが誰で、どんなポイントに興味があるかも知らずにやっちゃう。
- 企画書はイメージ重視。NOロジック。
- 相変わらず身なりはTPOをわきまえない。
- プレゼン自体のポイントも実は分かっていない。

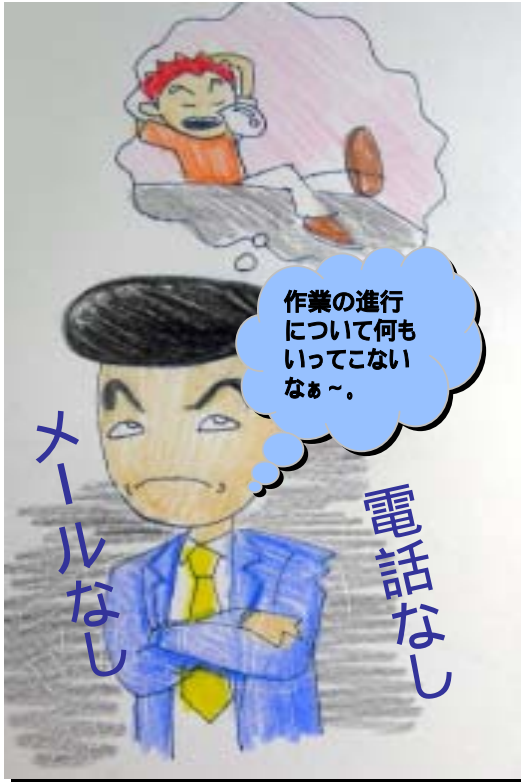
【発注担当者が求めている事】

- 発注企業では様々なレベルのプレゼンがある(対担当者、対部長、対営業マン、対社長など)ので、それらのレベルを考えて欲しい。
- 役職や担当によって興味ポイントが若干違う。そのポイントぐらいは事前に確認しておいて欲しい。
- イメージだけの企画書は企画書ではない！目的 目標 現状把握 課題 戦略 クリエイティブ スケジュール 予算といった流れで話をして欲しい。
- 部長達を前にオレンジのシャツとサングラスは？？
- プレゼンはクリエイターのパフォーマンスにあらず。「説得」できなくては意味がない。

4

作業
進行中

【「作業進行中」に求めている事】



【よくいるイケてないクリエイター】

- 作業進行状況を、こまめに報告せず自分のペースで仕事をする。
- 昼にならないと繋がらない。
- 発注担当者の方からいつも連絡がくる。
- 発注者のコミュニケーション環境を無視する。
- 問題が起きているのに自分で治めようとするあまり、傷口が広がってしまう。
- 報告の仕方のテクニックをしらない。

【発注担当者が求めている事】

- この作業はちゃんと進んでいるのか??と担当者に思わせた時点で失格。こまめ報告は気配りの基本。
- いつも先回りして連絡をくれるクリエイターは、とても信用できる。
- 発注担当者の時間に合わせて対応して欲しい。朝一は問題が発覚しやすいもの！
- 突然重たいファイルをメールされても困る。こちらの環境に合わせて欲しい。
- 作業の最終責任は発注側にあり、自分で抱えないで欲しい。
- 確認事項、決定・検討事項、今後の作業の進め方、担当、日時を簡潔にまとめた報告書をちゃんとくれるクリエイターはグッド。

5

作業
終了後

【 「作業終了後」に求めている事 】



【よくいるイケてないクリエイター】

- 納品日時など発注者の都合を中途半端に確認しただけで送ってしまう。
- クリエイター本人が立ち会わない。(重要なものの場合)
- 請求書を同封する。
- 納品した時点で、仕事が終了した気分ている。
- 作業料が入金されても知らん顔

【発注担当者が求めている事】

- 大きなダンボールを急に送られても、こちらには搬入物受け入れのルールがあるのに、それは最低限の事前確認。
- 納品物に問題があってもクリエイターがその場にいなければ早急な対処もできない。
- 納品物に問題がなかったか？満足しているか？ぐらいいは確認し、請求書の受け渡し方法等についても一言確認が欲しい。
- 入金確認の電話を一本くれるだけで信用が増すのに！

「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