

◎「企画書がもし画けぬなら」

今更にもうワンランク上の仕事が出来たらどうに...」と考える独立クリエイターの方々は決して少なくないと思います。そこで、エッセイ「独立クリエイターの営業力アップ」を

独立クリエイターの企画書作成力アップ

「独立クリエイターの営業力アップ」第5回企画書内容解説

第5回で登場した企画書を題材に、その中で使われたロジックや鬼せ技を解説したいと思います。



設定

大阪吹田の不動産販売会社「スマイルハウジング」創設25周年を機に自社ブランディングを名刺制作からスタートする事に決めた同社マーケティングの熱意が注ぎ込まれる。

課題

- スマイルハウジングらしいインパクトを表現する
- 特に営業マンが胸を張って使いたくなる
- 他ツールとの連動を効果的に図る

注)本エッセイ第5回レビューを情報HPからダウンロードして頂きたい。P179~P192を参照下さい。

企画書の構成と種別

1. 表紙

- 表紙デザインはシンプルに。70センチの幅だから余計なレイアウトをしないように。何もない70センチ幅がベスト。
- 表紙上にテーマコピーを大きく。さりげなくテーマを感じさせる程度。
- クラウドのアートカラーでの配色。ロゴカラーをメインで相手が取りやすい。

2. 依頼内容と70センチテーマ

- 依頼内容の念押し。クライアントの依頼内容を確認し、70センチをスタートラインに立てる。
- 70センチテーマの抜粋と解説。結論ははじめに宣言。70センチのテーマを解説し、クライアントの注目を集める。

3. 現状の問題整理

- 共通認識の現状の問題を提起。現状を把握するためのネーミング問題(クライアントのニーズと得た)を提起する。
- 70センチゴールとのギャップを示す。問題と同時に「目指すゴール」を示し、それとのギャップ(距離)を共有する。

4. 名刺創りのポイント(課題)

- 課題抽出は端的に。課題は目の前の目標と同じ。相手の頭に焼きつく端的な表現がGood。
- 表現力の伝達で伝える。印象を壊さない方法として文字を音で伝えることあり。
- 3つの表現。課題など箇条書きは3つ挙げるとGoodです。

5. 名刺創りのポイント1

- 戦略(課題克服の考え方)を伝える時は文字、図形を使って関連表現が大切。
- 中盤からのロジックは特に図形で。70センチも中盤になると、相手の集中が欠ける時もある。そのために図形を3次元に使う。

6. 名刺創りのポイント2

- 戦略を立案する際は、先の課題を業道に戦略へと落とし込む事が大事。変に難しい専門用語を多用したり、ロジックをズバリ通さない。つじつまを合わせる。

7. 名刺創りのポイント3

- 相手に受け入れられる可能性のある「あいまい表現」「あやふやな表現」「根拠なし表現」はNG。

8. 向えを、NO-ジ

ここで一服。70センチの間を創り、相手が最も感じのする、クリエイティブ表現へと突入する扉とする。

9. テキスト案(3A0-ジ)

- テキスト案は多すぎず、少なすぎず。これもやはり3案が丁度良い。相手に選んでもらうため。
- 順に並べて鬼せ技。選んでもらうために並べて70センチにする。
- 名刺創りのポイントとの関連付けを忘れずに。

10. 甲KFEスタジール、見積り

- 別紙で70センチする場合あり。

11. 最後にその先の提案

- 小沢請けて大沢育てるために。言い過ぎない程度で、その先のブランディング(名刺の先の応対)の価値とスマを提案しておく。

12. 御礼

- 最後に、この仕事に対する感謝と敬意を真直ぐに伝えて終わる。