

平原が実践した

案件獲得 マニュアル

Elementor Boot Camp

平原俊之

はじめに

手にされているみなさん、読んでいただきありがとうございます。

このマニュアルは、Elementor Boot Campの開講にあたって、今まで誰にもお伝えしていない案件獲得の方法を全てさらけ出してみよう。と書き始めた、平原の過去の全てが詰まった内容になっています。

人それぞれ得意不得意があるので、全てを無理に真似してください。

と言うつもりはありません。

こんなやり方をしたよー！という紹介も含めて記載しています。

また、平原は基本的に企業との業務委託を契約するというよりは、

クライアントとの直取引、エンド直案件と呼ばれる案件を受注しています。

エンド直案件は自由度が高く、全て自分の手元で動かせるというメリットがある反面、受注に安定感が出しづらいというデメリットがあります。

ですが、実績を積むフェーズでは、基本的にこのエンド直案件がメインになるので、ぜひ活用してみてください。

最初にまず平原の経歴を簡単にご紹介します。

1996年2月9日、新潟県生まれ

2014年に大学進学と共に上京

同時にずっと夢だった歌手になるため、音楽活動をスタート

音楽に夢中で、大学に行かなくなる(お父さん、お母さんごめんなさい)

当時、都内のラーメン屋でアルバイト

店長業務など、プレイングマネージャー的なことをする

その裏で通信制の大学に編入

コロナが襲来

大学卒業

バイトに入れなくなり、月収半分

ここでWEBデザインに出会う

2020年10月にぬるま湯デザイン塾入塾

いつか東京と新潟の二拠点生活を夢見て12月に地元新潟に戻る

2021年1月にカリキュラムを3ヶ月で完走し、卒業

この間まったくデザインの仕事がない状態

2021年10月にココナラをやっと始める

2022年の1月から完全にフリーランスに

2023年1月のサミットで最高月収賞を受賞

2023年3月29日東京に戻ってくる、2拠点化スタート

2023年4月にElementor Boot Camp開講

続いてWEBデザイナーとしてフリーランスになるまでの経歴をご紹介します。

2021年の1月にぬるま湯デザイン塾卒業したのち、
正直言って、案件なんて余裕で取れると思っていたので、
全く営業をしていませんでした。

営業に苦手意識があり、断られたら怖い。ダサい。みたいな気持ちがずっとありました。

ところが、全く案件が取れず(当たり前)、少しの失意を抱えて、
2021年の3月の東京勉強会に参加しました。

この時にも尾上さんに「営業ができなくて、、、」
と相談しましたが、まず一蹴されます。(当たり前)

そのまま、結局何もせず半年が経って、2021年の10月の勉強会に再度参加しました。

今でも覚えています。移転前のオフィスの地下の喫煙所で
同様の相談をし、その際に、
「とりあえず毎日10件提案を約束して。」と、喝を入れていただきました。
(他にも女性2人がいました、応援してくれたけど恥ずかしかった、、、)

今ではネタにしていますが、これが大きな第一歩で、本当に感謝しています。

とりあえず「もうやらないといけない。」という自覚が芽生え、
ビビりながらもココナラでの提案を始めます。

そこから1ヶ月経たないうちに10件を達成します。

実はこの時、裏側では、
元々やっていた在宅ワークの契約更新時期で、更新するか迷っていました。
そして、都内のラーメン屋さんに呼び戻され(家付きで)、久しぶりにラーメン屋をしており、仕事の
節目でした。

とにかくラーメン屋も年末で忙しく、10:00~24:00のシフトに週6くらいの勢いで入っており、合
間でデザインの仕事をする状況でした。

その中で、次の契約も探したかったのですが、そんな時間もなく、
年末に入ると採用も止まってしまう。と思っていた12/25に思いつきます。

LPが8万まで値上げできたら、月5本は行けるんじゃない？そしたら40万は行けるな。と。

これがきっかけで、フリーランスになる決意をしました。
後で出てきますが、車を買ったのもこの時期で納車が12/26でした。

今となっては「上手くいっている人」のイメージがどうしてもついてきてしまいましたが、
自分自身では「とてもそんなことはない。」と思っています。

過去の案件が取れなかった時期は、
取れるでしょ、行けるでしょ、大丈夫でしょ、の3つばかりで、
苦労したというよりも、自分の弱さを言い訳にして逃げていました。
そして舐めていました。

普段やこのマニュアル内でも偉そうなことを言っていますが、
実際のスタートはこんなもんです。
過去の自分に言えるなら「甘えんなバーカ」と言いたいくらいです。

フリーランスになってからは、それはそれで苦しい思いもしたり、壁に激突してきました。
その中で様々な思いを感じるようになり、できることをやりながら、今に至っています。
きっとこれからも考え方は変わり続けるとは思いますが、
ただ唯一褒めてあげたいのは、熱意だけは失くさなかったことです。

このマニュアルの内容が、一つでもみなさんのヒントになれば幸いです。

目次

第一章 マインドセット	06
1-1 正直、できないことなんてない	07
1-2 100 or 0はやめる	08
1-3 YES。そしてGO	09
1-4 喜んでもらうことを考える	10
1-5 ハリウッドを目指して演技する	11
1-6 傷の舐め合いはしない	12
1-7 クライアントが欲しいもの	13
1-8 今だけが全てじゃない！	14
1-9 理由がない目標は目標ではない	15
第二章 案件獲得に使用したもの	16
2-1 実務案件の登竜門！ココナラ	17
2-2 意外と穴場？！タイムチケット	20
2-3 僕は大好き、飲み会。	21
2-4 選ぶ眼が全て。コミュニティ	23
2-5 結構大変...メール営業	25
2-6 こればっかりは運次第！案件紹介業者	26
2-7 SNS	27
第三章 動くが勝ち	28
3-1 自分だからできること、を明確にする	29
3-2 紹介やリピートをもらう	31
3-3 価値破壊戦略で単価を上げる	33
3-4 入口を変える	35
3-5 ロードマップ	36
3-6 あとはやるか、やらないか	37
最後に	38

第一章 マインドセット

どんな技術論やテクニックを知っても、使いこなせないと意味がない。
ということをもっと知っていただきたいです。

では、どうすべきなのか。
その答えは「マインド」です。

何かを始めようとするとき、不安になったり、怖くなったり。
大体その全ては自分のマインドが原因で起こるものです。

なのでまずはマインドを変えましょう。
マインドを変えることが第一歩です。

平原もこれまでそれなりに色々な方とお話しをしてきました。
上手くいってるなと思う人、もっと知りたい・話を聞きたいと思う人は大体マインドが違います。

「マインドが違う = 物事に取り組む前提」
が違うのです。

フリーランスは、個人事業主という経営者です。

この第一章でスタートラインを変えましょう。

1 正直、できないことなんてない

正直、できないことなんてないです。
これに尽きるとしています。

実際みなさんには、できないことを相談できる環境が揃っています。
無理だと思えば一生無理ですし、やってみると意外にうまくいくこともよくあります。

困難に立ち向かった時、
きっと「できない、無理、怖い、やめよう」になっているのではないのでしょうか？
その心を「どうすればできるのか」に変えるだけです。

なんだかすごくポジティブですね。
起こる前の心配の9割は起こらないと言われています。
だからこそ、もっと頭を切り替えて、できる方法を探すことが大事になります。

簡単に言うなよ。と言われそうなので、
ポジティブになれる方法で、試したことがあるものをご紹介します。

- ・言い換え
→言葉にする前にネガティブな表現をポジティブな表現に言い換える
- ・飲み込む
→言葉にする前に、一瞬考えて、言わない
- ・まあいいか。
→まあいいか。と言う。まあいっか！と歯切れをよくすると不思議とスッキリ
- ・なんとかなるでしょ
→なんとかなるでしょ、と思い込む。なんとかなるは魔法の言葉

困難の度に凹むと、手が止まります。
手が止まると、次に進めません。

なので、手を止めないためにも、気持ちを切り替える作業を意図的に行いましょう。

これはなかなか意図しないとできないことです。
頭ではわかっているてもできないことも多いので、必ずやる癖をつけてみましょう。

2 100 or 0はやめる

ここ最近結構感じるのが、100か0かで判断する方が多いということです。
確かに判断としては簡単ですが、途中にある99～1にも多くの選択肢があります。

WEBの仕事は意外とこのゾーンの選択肢を取る必要が多いように感じています。

いきなりできない！むり！ではなく、アプローチを変えて、
できることを並べてみると簡単だったり、、、

この柔軟な判断こそ、必要な判断力なのでは、、、と最近は特に思います。

実はEBCのカリキュラムでは、この判断を多くしました。
カリキュラムを作り込むにつれて、使いたいけどこのまま使えないな、、
ということも多くありました。

そこで、使うのを辞めるではなく、
元々は違った内容をカリキュラムに合わせて変えてしまえ！という判断です。

行き詰まりかけた時、別なアプローチをする。
この発想こそが100か0かではない、99～1の部分です。

3 YES そしてGO

平原は基本的にYESと回答します。
そしてすぐにGOします。

クライアントに「これできる？」と聞かれたら、基本YESと回答しています。

最初は「何でも屋さん」でも良いと思っています。

何でも屋さんのデメリットはもちろんありますが、
最初のうちはなんでもやってみることをおすすめします。
どんなことでもやって初めて、自分の傾向がわかり、仕事の進め方がうまくなっていきます。

「こちら都合のNO」はどうしても譲れない条件がある時だけです。
とはいえ、単なるYESマンではありません。
明らかにNOと言うべきものはNOと伝えます。

なぜかという、これこそが信頼関係を築くためのベースだと思っているからです。

「あなたのために全力を尽くします。」という姿勢は
へこへこすることでも、媚を売ることでもなく、
目的達成のためにできることを一緒に考え、展開します、という意志を伝えることにある。
と考えています。

セミナーも個別コンサルも最初はちょっと不安でした。
でも始まってしまえば毎回修正ポイントを見つけ、そこを直して行くだけなのです。

決心一つであとは向かっていきましょう。

正直できないことなんてないので、「とりあえずやってみる」この姿勢が大事です。

4 喜んでもらうことを考える

先ほどの章で

「あなたのために全力を尽くします。」という姿勢は
へこへこすることでも、媚を売ることでもなく、
目的達成のためにできることを一緒に考え、展開します、という意志を伝えることにある。
と考えています。

とお伝えしました。

大前提、ビジネスは全て、「相手に喜んでもらうこと」から始まります。

いつか尾上さんのブログでも取り上げられていましたが、
「施されたら、施し返す」です。

さらには、施される前に施しまくる。というのも大事です。

どうしたら相手が喜んでくれるのか。
相手にストレスなく案件を進められるのか。
これは常に考えています。

この視点を養うために仕事以外のプライベートでも
相手に喜んでもらうため、ストレスを無くすため、に気を遣うようにしています。

Elementorの授業も個別コンサルも、全力で向かう。
この案件獲得マニュアルも相当熱量をかけている。
なぜなら、みなさんに喜んで欲しいから。

まさに、この精神が元になっています。

5 ハリウッドを目指して演技する

初めてのクライアントと話をする際には緊張しますよね。
平原も未だに緊張しています。
でも、どうでしょう。

自分が何かを契約する際、営業の人の不慣れが目に見えてわかったら、、、
こっちも不安になりますよね。

しかも自分にはよくわからない商品で、金額が高額になればなるほど、、
この状況と同じです。
クライアントはWEBサイトを作ることに限っては素人に近いわけです。

なので、どんな時でもクライアントと接する際にはプロの姿勢でいるようにしましょう。
不安でも、ハリウッドでレッドカーペットを歩いているタレントさんくらい演技しましょう。
これも意識していないとできないことです。

ただし、気をつけて欲しいのは、高圧的になってはいけないということです。
「真剣に向き合う」という姿勢でクライアントと対峙しましょう。

6 傷の舐め合いはしない

これはどこでもあることですが、
傷の舐め合い、慰め合いをしたがる方がいます。わかります。
でも、その時間は不毛です。
それだけフリーランスは孤独です。

これは平原の持論ですが、深く付き合える人数には限りがある。と考えます。
だからこそ、上手くいっている人のそばで成功事例を知ることが一番の近道です。
上手くいっていない人同士で慰めあっても仕事や成功はそこにはありません。

アメリカの有名な起業家ジム・ローンがある言葉を残しています。
それは、「自分の周りの5人を平均すると自分になる」という言葉です。

WEBデザインにおいて、自分の周りの5人を思い浮かべてみてください。
そばに上手くいってるな。と思える人はいますか？
ぜひ、上手くいっている人のそばでやり方を徹底的に真似る。TTMしましょう。

ちなみに平原は今回のサミットで一緒に受賞した並木さんと勉強会でご一緒しました。
彼女は最初からすごく結果を残していて、とても刺激を受けました。

7 クライアントが欲しいもの

クライアントが欲しいものは、納品物だけではありません。

その納品物から出てくる価値です。

WEBサイトは手段であって、WEBサイト制作が目的ではないからです。

そして、就職や業務委託でない限り、あなたが欲しいわけでもないのです。

なのでクライアントは、プロであるあなたが制作してくれた納品物に期待をしています。

あなたのできるできないはどうでもよかったです。

その期待に応えるためにデザインを学んだはずです。

だからこそ、あなたの不安やできないという個人的な感情が介在する余地は一切ありません。

さらには、あなたが自分のデザインに満足しているか。ということも関係ありません。

世に出せると胸を張れる最低限のラインは担保しつつ、クライアントの要望に合わせて調整する。

そして結果を出す。が求められているのです。

8 今だけが全てじゃない

これもあるあるですが、低単価であればあるほど、
作って終わりになっているパターンや、クライアントも作ってもらって終わり。
になっていることが多いです。

正直クライアント都合で運用しないのはもう仕方ないと思っています。
ないものは出せないし、会社の方針を変えさせるなんてことは難しいのです。
だからこそ、次のステップを示してあげることで、また次のご相談をいただけたります。

一言「HP、LP、WEB関係で困ったらぜひご相談ください。」
「ここもうちでまとめて巻き取れますよ。」などと添える。
リポートを見据えて案件をこなす。これだけで、随分反応が違います。

「また機会があれば」で終わらせるのはリピートして欲しくないな、、、
と思うクライアントだけにしましょう。

9 理由のない目標は目標ではない

皆さん、目標はありますか？
多分WEBデザインで生活できるようになりたい！とか
色々な目標があると思います。

でもその目標に理由はありますか？

ここでいう理由とは、
「なぜこの目標を叶える必要があるのか？」ということです。

理由がある目標はブレません。
逆をいうと、理由がない目標はブレます。
ブレた瞬間、その目標はただのタスクです。

全ての目標に理由を明確にしてみてください。
「なぜ、WEBデザインを勉強したのか？」
色々な理由が人それぞれあると思いますが、
まずはその理由を叶えるためにできることをしなければいけないはずです。

自分でも自覚がありますが、割と頭のおかしい平原は、
フリーランスになる直前の2021年12月、
ぼちぼち案件も取れるようになった時に、車を買いました。
しかもレクサス。はっきり言ってアホです。
でも、ローンを払えるだけ稼がなくてはいけなかったのです。
これがフリーランスとして結果を出す必要がある理由です。

おかげさまで、ローンは毎月払えています。偉いと思います。

ここまで破壊的なことをする必要は当然ありませんが(真似しないでください)、
目標を立てるに至った理由はなくさないでください。

平原の脳内イメージでは

理由のために目標があり、目標のためにタスクがある

という構造をしています。

※車については本当に勧めません、購入時は自己責任でお願いします

第二章 案件獲得使用したもの

実際に案件獲得で使用したものと、そこで工夫した点をご紹介します。
上手くいったこと、上手くいかなかったこと、両方包み隠さずお話ししていきます。

今現在、確率が高いなと思う順番で並べてみました。
その中でも再現性の高いもの・低いもの、皆さんの得意・不得意もありますので、
できそう！と思ったものを取り入れてください。

ちなみに今の平原は、ほぼ紹介とリピートで回っています。
毎月新規案件を獲得し続けるのは至難の業です。
一定数獲得できたら、紹介・リピートといった、安定感を出す作業をしましょう。

1 実務案件の登竜門！ココナラ

まずはぬるま湯デザイン塾推奨のココナラです。
平原もそうでしたが、このココナラで蹟く人が大勢います。
そしてその蹟く理由も非常によくわかります。
痛いほどわかります。

でも、第一章でマインドを変えたあなたなら大丈夫。

1 まずは公開依頼に提案

読んで字の如く。ですが、公開依頼に提案をしていきます。
当時、平原は1日10件を毎日提案しました。

事前に提案文を作って、自分ができそうな依頼に提案をしていきます。
先述した通り、営業嫌いな平原にとっては初日は地獄のような時間でした。

手汗でキーボードをびしょびしょにしながら、最初の10件を送り終えた時、
ある3つのルールを決めました。

それは、
・毎日14:00～送ること
・リラックスできるよう、環境を整えること
・心を無にすること
の3つです。

まず、「毎日14:00～送ること」は、すぐ逃げそうな自分を、
時間を決めて逃げれなくすることから始めました。
お昼を食べて、コーヒーでも飲んで、ちょっとリラックスした時間。
その時間を心に決めて、毎日のタスクにしてみました。

さらに、環境を整える。ですが、
タバコが吸えるカフェに毎日通いました。
コーヒーが好きですし、
喫煙者(通称ヤニーズ)の平原は、強いストレスをタバコで乗り越えます。
それを自分自身で知っていたので、その環境に身を置くようにしました。
(尾上さんに喝を入れられたのも喫煙所。きっとこの時期本数増えてた。)

そして、最後に心を無にしました。
これは、「めんどくさい」に打ち勝つ方法でした。
とにかく、提案の邪魔になるものを排除したのです。

そうして2日が経過した時、不思議とストレスを感じなくなっていたのです。

さらに嬉しいことがありました。

初日に提案した方から、丁寧なお礼の返信をいただいたのです。

「間違っていなかった」という成功体験を手にした瞬間でした。

これをきっかけに、断られたらどうしようという悩みが空の彼方へ飛んでいき、もっと良い提案をしてみたい。と思うようになったのです。

そうして、提案文をテストするという、
初日には考えられなかった自発的な行動を起こし始めます。

その後すぐ初めての案件を受注しました。
あの時は感動で震えたことを今でも覚えています。

2 案件が少ない！ではどうする？

ココナラの公開提案ですが、きっとすぐに提案できる案件がなくなります。
ではどうするのか？

答えは「デザインの案件全て」に提案する、です。
デザイン案件と言ってもWEBだけではなく、
チラシやロゴの依頼もココナラには転がっています。

グラフィックできないし。と思っても大丈夫です。
Photoshopで作れます。実際、平原はPhotoshopで印刷物も作っています。
設定をちょっといじれば、あとは参考デザインをTTMするだけです。

事実、平原の初めての案件はチラシでした。

やってはいけないと言われていないですし。笑

案件数が少なくて困ったらぜひ、印刷物にも視野を広げてみてください。
もっと勉強したくなったら、
グラフィックの勉強をJUNPEI先生のところでやってみてください(^^)

3 狙うのはアレ！長いお付き合いに繋がるジャンル

チラシ案件もやっていいことがわかったら、続いて、狙い目ジャンルをご紹介します。
それは「ロゴ」です。

これもグラフィック案件ですが、ロゴを作るタイミングを考えてみましょう。
それは「新規開業」「企画ローンチ」が多いですね。
また、リニューアルだとしてもブランディングから変えるタイミングです。
ロゴを作った後には、チラシやホームページの制作がついてくる場合が多いです。

ということは、長いお付き合いができるチャンスです。

いきなりホームページを受注するのではなく、
ロゴで信頼関係を構築するのも1つの手です。

ブランディングから関わると、その企画の案件は全て巻き取れる可能性が出てきます。

4 サンプルでもいいので、制作物を増やす

バナーのサンプルはどのくらいの枚数になっていますか？
ゆっくりうち大家さんしかない。という状況になっていないですか？

みなさん載せているので、もうバレてます笑

ということでサンプルバナーでもいいので作って載せましょう。
平原も10枚サンプルを作りました。

テキストもデザインも色も参考元から全て引っ張り、
テキストに少しだけ手を加えてサンプルバナーを作っていました。

そうすることで、制作実績として自主制作にはなりますが、
枚数を増やすことができます。

見てもらえる実績を増やすこと。
そして、その質が高ければ高いほど、ぱっと見の信頼感がどんどん上がっていきます。

さらにポートフォリオにも載せることができるようになるので、
全体として受注に繋がりがやすくなります。

ただし、いつまでもサンプルばかり増やすのはNGです。
Twitterで駆け出しの方が綺麗なサンプル作っていますが、
クライアントがいない制作なので、結局は自己満に近いとお見受けします。

ぬるま湯の課題を押し出せるくらいのサンプルを作ったら、
実務の実績を積んで、サンプルを消していきましょう。

結局実務の実績に勝るものではありません。

2 意外と穴場？！タイムチケット

タイムチケットは、自分の時間をチケットのようにして任意の料金で売ることができるサービスです。
ぬるま湯塾では推奨されていませんが、知り合いに教えてもらってやってみたら実務案件に繋がったのでおすすめします。

1 お話しができればOK！ターゲットを絞り込む

タイムチケットの特徴として、まず高単価の商品は売れません。
ですが、低単価でかつ短時間商品が人気を集めています。

ここではフロントの商品として、WordPressの導入をお手伝いする商品を販売しました。
そうすることで、まずWordPressに興味がある、見込みの高い方を集めることができます。

いきなり商品を販売するのではなく、まず低単価案件を受注し、その裏にある本当に取りたい、売りたい商品を訴求する形です。
新規のHPを作りたいという方だと、大体自分で作るのは難しい！
となるケースが多いので、1時間で導入をお手伝いしたのち、
難しければまたご相談くださいね。と終話します。

1時間お話しができればOK！
これだけで、制作案件に繋げるための種まきができるのです。

平原はこの先の新商品開発のテストにも使用しようと考えています。

3 僕は大好き、飲み会。

このご時世に勧めづらい気持ちもありますが、
飲み会は案件獲得の場としてぜひ活用していただきたいです。

そういう場に行けない！とか不得意、、という方も多いところだと思いますが、
好きな方は特に活用してほしいなと思います。

特に規模の大きい飲み会、企業の社長さんたちが集まるような飲み会には参加してみると、
案件に繋がる可能性がゴロゴロ転がっています。

目の前にいる人が、決裁権を持っているからです。
また、別な繋がりを紹介してもらえる。ということもあります。

1 チャンスは突然に

YouTubeに「令和の虎」というチャンネルがあります。
志願者が社長さん達に出資を募るという内容です。

この社長さんが集まる飲み会にお誘いいただいた時、
二つ返事で新潟から東京に参加しにいきました。

当然、ビジネスの話を多く飛び交う中で、
自己紹介でWEBデザイナーと名乗ることで、仕事の話に自然となっていきます。

この飲み会がきっかけで、1人非常に仲良くなった人がいます。
その人はタイにいて、令和の虎の社長さんの右腕をしています。
彼の仕事とWEBデザインは親和性が高く、
今後の展開も聞いているうちに、一緒に仕事しよう！という話になりました。

それがきっかけでまずはタイに遊びに行くことにしました。
社交辞令だったかもしれませんが、「遊びに来てください」と言われたからです。
また、彼が喜んでくれるかなと思った。というのももう一つの理由です。
だって、飲み会で一緒になっただけで、タイまで行くやついないでしょうし。笑

そのおかげもあり、今も継続して良好な関係を築いています。
もう一度タイに行く予定も立てています。
もっとお互いにいい影響を与えられる関係になりたいと思っています。

2 ただ楽しかった。で、終わらせない

直接対面で顔を合わせて時間を共有するという行為は、濃密なコミュニケーションが取れると同時に、仕草や会話からその人の姿も筒抜けです。ここで信頼と安心感を抱いてもらえるようにすることで、案件獲得のハードルが下がります。

クライアントとしては、よく知らない相手に依頼するよりは少しでも知っている人の方が安心感がありますよね。

その場で直接悩みを聞き出し、解決法として考えられることをお伝えしてみてください。

そのまま連絡先を交換し、商談へ持ち込めれば確率はグッと上がります。

また、依頼してくださった方と飲みに行くこともあります。アフターフォローの一環だと思っています。次のビジョンを共有してもらえたら、今後の依頼にも繋がりやすくなります。

ただただ楽しい飲み会。で終わるなら参加しなくても良いでしょう。お金と時間が無駄になってしまいます。

楽しい飲み会の一步先を目指しましょう。先日クライアントさんが主催の100人規模の飲み会に参加しました。参加目的は、案件受注のお礼と、別な案件を獲得しに行くためです。ある意味戦いです。(結果負けたけど、、、)

おまけ：ぬるま湯の懇親会、スぺチャ、参加してますか？

懇親会やスぺチャに参加されたことがある方はいらっしゃいますか？ただ参加するだけになっていないですか？

尾上さんに挨拶して終わっていないですか？

初期の勉強会にはある目的があって参加していました。それは尾上さんに直接相談するためでした。

当時はまだコロナの真っ最中で懇親会はなかったですが、とにかく勉強会で何かチャンスだけは掴もうと思っていました。

人が多くて行きづらい、、、でも行きましょう。

4 選ぶ眼が全て。コミュニティ

続いてコミュニティです。

現在、オンラインサロンやオンラインコミュニティが数多く存在しており、
その中で案件を回しているケースがあります。

平原も当時在籍していたオンラインサロンで多くの案件を受注して来ました。
正直、鍛えてもらったという気持ちすらあります。

今はそのオンラインサロンはやめましたが、
別のWEB制作系のコミュニティに在籍しています。
ほとんど参加していませんが。笑

でも、あえてそこにいるのには理由があります。

1 他業種でも同業種でもとにかく繋がってみる

どの場面でも言えることですが、人との繋がり(人脈)は宝です。
ひょんなことから、案件をいただいたり、案件をお願いしたり、、、
今の自分があるのはここまで関わった方のおかげだと思っています。

他業種の方との繋がり、その業種の現在の状況を知ることができ、
案件を進める際の業界調査に役立ちます。
決裁権のある方なら、直接受注や紹介受注というケースもあるでしょう。

また、同業種との繋がりも作っておけると非常に役立ちます。
平原はオンラインサロンの中で、北海道の制作会社の社長さんと知り合いました。
業界の経験も長く、WordPress専門で扱っているため、Elementorにも精通されています。
こういう繋がりがあることで、自分では難しい案件でもお手伝いをお願いできるので、
なんでもこい！という状況を作れています。
さらには、案件の獲得方法についても意見交換を交わし、様々な助言もいただきました。

現在のコミュニティに在籍しているのは、
困った際に手を貸していただく場所を確保するため
チーム化をするための知恵を借りるためです。

全く害のない平和なコミュニティですし、自分より上手くいっている人もいるので、
成功事例を共有してもらいながら、体制構築をしています。

ただし、このコミュニティ営業には気をつけて欲しいポイントがあります。

2 甘い言葉に要注意。天国が地獄に変わる瞬間

そのポイントは、内情をよく見極める。です。
オンラインサロンに参加した当時の平原は、「案件が取れるなら。」と思って、よく確認もせず入りました。
しかもWEBのポジションは空いてるよ！なんて言われて。

でも、半年くらいで辞めました。
この理由は、「疲れてしまった。」からです。

当時在籍していたオンラインサロンでは独自のサービスとして様々なサイト制作に関わりました。ECサイトも作りました。

でも、明らかに単価が低く、地獄のような日々でした。
作っても作っても生活は苦しいばかり。
年収が伸びなかった理由がここにありました。

確かに実績はめちゃくちゃ積みました。スキルも伸びた時期だと思います。
でも、クローズドの案件だと制作実績には掲載できず、
利益シェアと言われていたので、売上が上がらなければ収入も伸びない。

この悪循環にはまってしまいました。

しかもコミュニティの幹部ポジションにも入っており、
法人化もしていたので、肩書は会社役員です。
毎週月曜日の21:00～25:00までmtgという地獄のスケジュール。

生活するためには稼がないといけない、けど
稼ぐための時間も取れない。という状況に陥り、
流石に無理だ、、、と思ってやめたのです。

ちなみに、先述の制作会社の社長さんに後任になってもらいましたが、
こんな形での制作は続けてはいけないね。と後に辞められました。

感謝はしていますが、今となっては辞めてよかった。
これは失敗例ですが、良いこともあるので、活用される際には、
失敗例にハマらないよう気をつけてください。

5 結構大変...メール営業

メール営業って大変そう、、、と思う方もいるかもしれません。
事実、結構大変です。しかも、反応率も高くない。
超地味な営業方法です。
でも、やりましたし、今現在の主たる営業方法になっています。

1 しんどいけれど、チャンスはある

メール営業は、営業先リストを作って、営業文の案文を作る。
そして、そこにメール送信という流れで行います。

営業先リストは自分で作っている場合がほとんどかと思います。
そうすると、制作の合間でリストを作って、片っ端から営業していきます。

メール営業での返信率ってご存知ですか？
大体1～1.5%程度らしいです。
イメージ1,000件送って、10件来れば良い方。ということです。
しかも時期によって返信率もまちまち、、、

でも、チャンスがないか。というとそうでもありません。

2 クライアントになって欲しい会社には営業しない

これが一番のポイントです。
どういうことかという、すでに案件を持っている会社に、
案件を振ってもらえるよう依頼をするのです。

いわゆる受託営業という種類になります。

大手の制作会社は自社で案件を制作するケースもありますが、
一部の制作会社は下請け業者に案件を発注しています。
この下請けのポジションを狙います。

さらに、WEB制作の案件は、制作会社にだけあるわけではなく、
広告代理店やコンサルティング会社にも案件があります。

案件がすでにある会社とタグを組んでみるという選択肢もぜひ知ってください。
単価も比較的高額になっていきます。

6 こればかりは運次第！案件紹介業者

案件紹介業者やサービスに登録をされている方もいるかもしれません。

こういうサービスは、前提2年以上の実務経験がないと紹介しづらいと先方さんから聞いたことがあります。

確かに、2年が経過したここ最近ご紹介いただく件数が増えてきました。

また、運次第にはなりますが、

数あるサービスの中で数社かなり好条件の案件を紹介してくれるケースがあります。

1 意外といい案件があるかも？

紹介される案件は、基本的に業務委託が多いですが、一部にとんでもなく好条件の案件を、しかも業務委託というよりはエンド案件のような形で紹介してくれる業者さんがいます。

しかも規模感の大きい案件です。

びっくりしました。

内情としてはWEBデザインなどの案件を取り扱い始めたばかり。ということだったようで、その会社の市場を独り占めしているような状況です。

でも登録していなかったら、案件は来ません。

めちゃくちゃ運次第ですが、

7 SNS

続いてSNSです。
正直平原はここまでSNSはほとんど利用していません。
知り合い案件を一件受注した程度です。

1 やってないです

そもそもあまり活用していない理由からご紹介します。
SNSの運用はすごく簡単なイメージがありますが、実際かなり地味な作業です。
そして、手数も多いです。
その作業を頑張るだけの労力が割けませんでした。

たぶんめんどくさがってます。

また、インフルエンサー系の案件は1件話もきましたが、
質が非常に悪かったです。

便利なツールである一方、見極めも難しいなと感じたのが正直な感想でした。

2 SNSとの付き合い方

案件は受注しませんが、SNSは別の使い方をしています。
それは、Twitterで業界関係者の方のツイートをチェックすることです。
そもそも年齢層も少し高く、ビジネス系の使われ方もすることが多いTwitterは、
役立つ情報が転がっています。

そういう情報を常に集め、TTMの参考元に使っています。
次章でお話ししますが、いざ動こうと思った時の参考にはしやすいかなと思います。

第三章 動くが勝ち

この章では、実際の行動についてご紹介します。
案件を取る方法はなんとなくわかりましたでしょうか？

続いて、動きましょう。
動いた数だけ、何かが起こります。

それが間違っていたとしても、効果がなかったとしても、
動いてみないとわからないのです。

間違えてしまったなら、動き直せばいい。
上手くいかないなら、次のテストをすればいい。
ただそれだけです。

動いた人にだけ良いことがあります。
ココナラで10件獲得した際に身にしみて感じました

1 自分だからできること、を明確にする

平原は今、WEBデザインの他に、
印刷物・ロゴ、LINE構築やSNSのコンサル等のサービスを提供しています。

全て1人でやっている訳ではなく、依頼できる人がいる環境を整えています。
でも、これをなぜ整えられたのか。
それは、クライアントの要望があったのに足りなかったピースだったから。です。

“差別化”ということを悩む方がいますが、自分だからできること。
を明確にできると、差別化も図りやすくなります。

1 自分でできること

今平原が自分でできることは、

- ・WEBディレクション
- ・WEBデザイン
- ・グラフィックデザイン
- ・Lステップの構築

です。

他にもマーケティング、広告運用などできることはありますが、
大まかにいえばこれらの内容になります。
対してめっちゃうちゃできる訳でもないです。
これ以上増やすことも今は考えていません。

ですが、
自分でできること = 現時点のスキル
は常に明確にしておきましょう。
差別化のポイントはここにあります。

2 自分にはできないこと

制作が進むにつれて、
よくわからない領域のことを求められる場合があります。

その際に自分でできること。が明確になっていると、
「ここは専門外だ」ということがすぐにわかります。

断るのも一つの方法ですが、外注先として紹介できる環境があると、
断ることなく、そこまで巻き取れます。

平原はできないことがあっても良いと思っています。
それを克服するにはあまりに時間がかかります。

個人で動くうちは、「できない。から、できることを磨く。」の
考え方で問題ありません。

ただし、できることのクオリティが低くてもOKという訳ではありません。
そこは前提条件です。

3 好きが武器になる

当たり前ですが、人にはそれぞれ得意不得意があります。
平原は言語化して伝えることが好きですが、
細かい作業やお金の計算は好きではありません。
特に契約書・見積書・請求書の業務は大嫌いです。

代わりに“伝える”ことはそれなりにできるので、
実際にできる業務+伝えることを強みにしています。

その視点で考えた時、EBCはまさにこれに当てはまっています。

また、エンドクライアントが多い平原にとっては
「伝えることが好き = なんでも相談できる人」
というポジションに身を置くことが差別化のポイントでした。

こいつに相談したらいいよね、という状況を作り出す必要があったので、
すぐに足りないピースを埋めるためにそれぞれの専門家に声をかけて、
うちのサービスに組み込ませてほしいと頼みました。

事前に紹介料を取り決め、オプションとしてメニュー展開しています。

伝えることは好きなので、どんどん提案をしていく中で、
他のサービスも紹介をしていく。

このようにして自分だからできること。を増やしています。

自分だからできること。
それこそが他のライバルとは違う、差別化できることです。

2 紹介やリピートをもらう

最初にお話しした通り、平原は基本紹介とリピートで回しています。
新規の開拓は、メールでの受託営業がメインになっており、
それ以外は大体ご相談をいただくケースが多いです。

新規開拓の労力を減らしてくれるのが、この紹介やリピートをもらう。です。

最初からリピートを見越していたのはもちろんですが、
紹介してもらいやすくする工夫もしました。

1 満足度を高めることに注力する

喜んでもらうことを考えると同じですが、
1案件受注した際には、とにかく満足度をあげることに注力します。
相手は「何が好き？」「どうしてもらうことが好き？」をめちゃくちゃ考えています。

例えば、こちらとしてはzoomの方がやりとりはしやすい。としても、
相手の方がzoomを使えなかったらどうしますか？

今の平原なら、直接出向きます。
これが例え北海道でも。

極端な例ですが、
そのくらいの気持ちでクライアントとお付き合いをするようにしています。
(結果利益が出せるように商品設計はしますが、、、)

満足度が高まるポイントは相手によって違うので、全ての方に共通してこれだ！
というのはありませんが、逆に言うと、相手にかなり合わせて動いています。

最初は自分ができる範囲のことから始めるので十分です。

ただ、「これならできる。」「喜んでもらえる。」ということがあるのであれば
しっかりそこはサポートしましょう。

もちろん、制作物のクオリティが高い、もしくは納得していただいているのが前提です。

価格を下げることだけがクライアントの満足度に影響を与える訳ではないということです。

満足度でいうと、良い意味で驚かせる。という視点も大事にしています。
「ここまでやってくれるの?!」みたいなことです。
差別化にもなりますし、驚き、喜んでくれることで、インパクトを与えることができます。
インパクトが強いと覚えてもらいやすくなります。

2 紹介してもらいやすくする工夫

紹介も大きな力を持っています。

わざわざ紹介してくれるということは、

こちらとしては一度すでに実績として案件に携わらせてもらっているか、
一定程度の信頼関係が構築できている相手。ということです。

そうすると、よりリアルな声を見込み度の高い人に届けてくれます。

ただ、そういう方でもこちらがどんなことができるのか、
よくわかっていないことがほとんどです。

なので、紹介したいからチラシを作って。と言われたので、

自分のチラシを制作し、ご紹介いただく際にチラシを渡していただきました。

今思えば、確かにな。と思うのが、「わざわざ検索しないよね。」ということです。
話の流れの中で、わざわざうちのホームページを開く人なんて少数です。

そらそうだ。

一個人のサイトを開いて紹介するより、情報が載ったチラシを渡す方が楽ですよ。

相手目線でいえば、そういうものがあつた方がより紹介しやすく、
わかってもらいやすい訳です。

地方でお仕事をするならなおさら、チラシは用意しておくの良いでしょう。

また、紹介料制度も用意しておく、

そういう制度が好きな人が紹介してくれるケースもあります。

3 価値破壊戦略で単価を上げる

単価を上げるとぶち当たる壁が「高いね」と言われ、敬遠されることです。これは、相手の中での価値と自分が思う価値が合わない時に起こります。

要するに価値を伝えられていないということです。

でも単価はあげないといけない。
ではどうするのか、というお話しです。

1 価値観は変えられない、なら壊す

ファミレスで5,000円のステーキをおすすめされたとして、「食べたい」と思うでしょうか？
きっとほとんどの人は思わないんです。
いくらステーキが大好きな平原でもそうは思いません。笑

これはなぜか。というと、ファミレスという環境に求めるものが違うからです。
でもこれが「いつもは10,000円なんですが、今日だけセールで半額、しかも松阪牛です。」
なんて言われると、平原はつい「それを、、、」と
言ってしまう可能性が大いに高まります。
「松阪牛が半額」と言われると、ファミレスというものへの価値観が破壊されるのです。

そうして注文したステーキを食べ、松阪牛を5,000円で食べちゃった〜♪
と嬉しそうにお家に帰っていきます。

このように、表面上の価格ではなく、
付加価値で相手の価値観を破壊する、価値破壊を起こすことが大事になります。

ただ「LPを作る」「HPを作る」だけではなく、
「ここまでしてくれるのか?!」という価値観の破壊を起こしてみてください。
これが良い意味での驚きに繋がるポイントです。

でも、嘘をついたり、できないことを無理してセットにするのはご法度です。
自分だからできること。を相手にしっかり伝え、
価格の根拠がわかるようにしてあげてください。

この際に、他のライバルとの違い「差別化ポイント」が明確にできていないと
なかなか伝わりません。

少々のサポートであれば無料で付帯させる。巻き取ってしまう。など、
クライアントに合わせて、できることの工夫をどんどんしていきましょう。

2 そもそもターゲットを変える

いくら価値を破壊しても高いと思われるときはいくらでもあります。
そういう時は、多分そもそもターゲット戦略が間違っています。

実は平原も単価をあげた際に一気に受注数が減ったことがありました。

その時は、個人の方とのお付き合いが多かったのに、
単価をあげたことで流石に出せない、、、という状況に陥っていました。

なので、今までのお付き合いと並行して、ターゲット戦略を見直しました。
企業、法人の方とのお付き合いを増やすための施策を行い、
少しずつお付き合いも増え、単価も上がってきています。

4 入口を変える

ココナラのパートでもご紹介しましたが、
ロゴ案件からWEBサイトに繋がるケースがあります。

このケースと同じように、いきなりWEBサイト制作の案件を受注しないという考え方もできます。

マーケティング用語でいうところの「フロントエンド商品」という考え方です。
「本命商品」を購入してもらうために提供される、「集客商品」のことです。

今実は平原も集客用の商品を開発しているところです。
すでに構想としては大体固まってきているので、まもなくテストをする予定です。
WEBサイトの制作を事業として伸ばすために、こちらの必要性を強く感じています。

1 思っているよりもハードルは高い

実際の制作の数が増えてくるとわかるかと思いますが、
いきなりうん十万円払ってくれるお客さんってなかなかいないのが現実です。

そのくらい支払えるのであれば、
大手の会社や制作会社にすでに依頼していることが多いです。

さらに“フリーランス”という人が世に溢れている現状では、差別化も難しい。
その中で「選んでもらえる人」にならないといけない。

そのために、購入へのハードルが低く、
より信頼関係を築けるサービスの展開を始めようとしています。

その内容はまだお話しできませんが、自分だからできること。
をふんだんに詰め込もうと思っています。

2 上手くいかない、だから考える

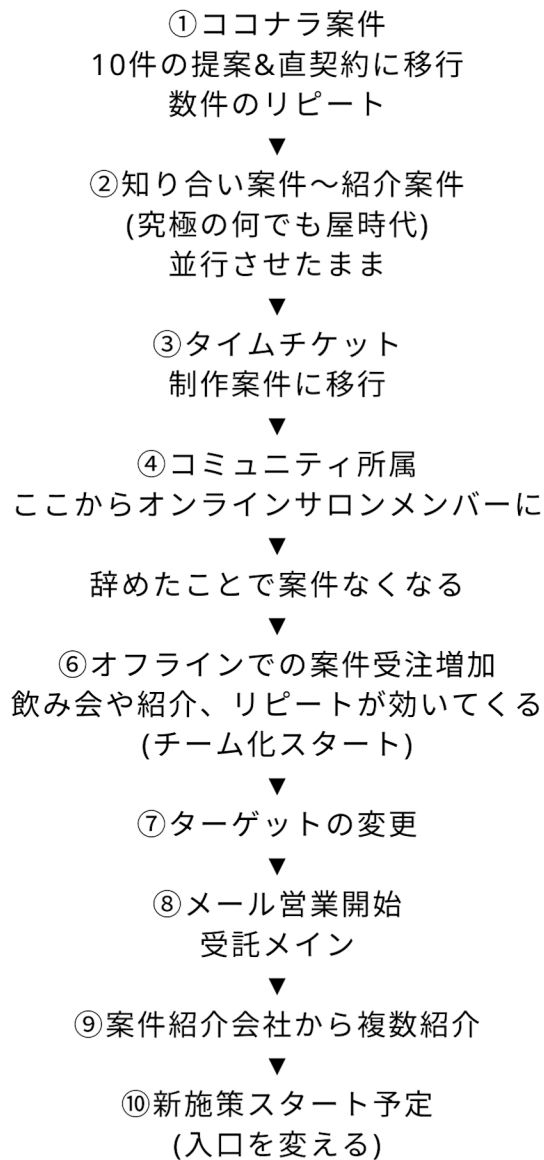
何かを始めようと思うと、上手くいかないことの方が多いです。
10戦1勝と言われるほどです。
もう何敗したかわかりません。

ただ、わかることは、敗けにも意味がある。ということです。
上手くいかないから考えるようになる訳です。

ここに至ったのも、上手くいかないことがあったから考えるようになったので、
振り返ってみると、失敗ではなかったぞ。と思えるのです。

5 ロードマップ

最後に平原が実践した内容を順番にご紹介していきます。



6 あとはやるか、やらないか

ここまでお話ししてきましたが、最後は結局「やるか、やらないか」です。
やらなければチャンスは訪れませんし、やればやるだけチャンスが訪れます。

自分に起こる全てのことは、他の誰か、環境、境遇のせい。ではなく、
過去、そして今の自分に原因があります。

平原もオンラインサロン時代、外部向けの営業が一切できませんでした。
時間が足りなかった。
でも、もっと上手に時間を使えていたら。
そもそも経営体力をつけていれば。
そういうことにはならなかったと思っています。

全てを自分の責任にして、誰かを言い訳に使わずに、
とにかくやること。ここに全てが詰まっています。

人生は自分の思った通りになるそうです。
思い通りになっていない場合は、思い通りにならないと思うから思い通りにならず、
結果、思った通りになっている。ということだそうです。

理由のある目標を叶えるために、思った通りになると信じて、
とにかくやってみてください。いや、やってください。

上手くいかない時は上手くいくまでやってみる。
やれば変わります。
そのための環境は用意されていますので、思う存分やってみてください。

社会の中で平原もあなたもまだまだ小さな1ピースです。
少々のジタバタなど問題ではありません。

動けない自分だけが問題なのです。

最後に

様々なことをご紹介してきました。
ここに記載されていること全てを必ずやらなくてはいけない。
という訳ではありません。

しかし、これならできるかな？と思うこともあったのではないのでしょうか？
正直な話をする、実績がしっかり積めたら、業務委託案件に移行した方が良いです。
これは間違いなく言えることです。

平原は業務時間が決まっているのが嫌だなと思ったので、
そういう案件は全てお断りしつつ、このように遠回りみたいなことをたくさんしました。

無駄ではなかったと思いますが、安定感が出ずに苦しい思いをしたのもまた事実です。

であるならば、サクッと実績を積んで、業務委託に移行できた方が
一定程度の収入をとりつつ、他の案件にも手が出やすいです。

みなさん自身の理想を叶えるため、
自分のやりたいこと、やりたくないことをしっかり整理してみてください。

このマニュアルがみなさんの理想の実現のための一つの手段になれば嬉しいなと思います。

ここまで読んでいただきありがとうございました。

著：平原俊之

このマニュアルには秘匿性の高いノウハウが含まれているために著作権法上、認められた場合を除き、著作権者の許可なく、このレポートを全部又は一部を、複製、転載、販売、その他二次利用行為を行うことを禁じます。これに違反する行為を行った場合には、関係法令に基づき、民事、刑事を問わず法的責任を負うことがあります。十分ご注意ください。

当時のココナラ提案文(LPバージョン)

■自己紹介

初めまして。デザイナーのoffice baseと申します。

この度ご依頼内容を拝見し、是非ともお力になりたいと思い応募させて頂きました。

フリーランスならではの機動力と柔軟さを活かし、
皆様のご希望にあわせ、質の高いデザインを提供しております。

また、レスポンスの速さを非常に重要視しており、名前にもある通り、爆速返信を心がけております。都度素早いレスポンスをして参りますので、もしイメージに合いましたら、ご検討の程よろしくお願い致します。

■ご提案内容

下記の通りご提案させていただきます。

●お見積もり

ランディングページ

- ・企画、構成 ¥10,000
- ・ページデザイン ¥20,000
- ・コーディング ¥30,000

- ・制作点数 1点
- ・合計 ¥60,000

●制作方法

●納品方法・納品目安

[納品時の形式や分量]

ご指定の形式で納品いたします。

[納品の目安]

月日頃

●ご提案詳細

ランディングページの作成をご希望ということでしたので、僭越ながら過去に制作したWEBサイトのうち参考にしていただけたかと思いましたが、添付させて頂きました。サービス内容をわかりやすく正確に伝え、見ていただいた方にクリックしてもらいやすいようなデザインを心がけて作成してみました。私であればこういったデザインも可能ですので、完成イメージのご参考にいただけたら幸いです。疑問点や質問等ありましたらいつでもお気軽にご相談くださいませ。

続く>>

[納品までの流れ]

1. 製作内容のヒアリング
2. 製作開始
3. 初稿入稿
4. イメージ確認・修正
5. デザイン完成
6. 実装
7. 納品

[時間の目安]

ヒアリングと全ての素材が揃いましたら製作開始とさせていただき、2～3の完了までは1週間お時間を頂ければと思います。その後、テキスト上で再度すり合わせをさせて頂き、4～6までの完了に関しても1週間ほどお時間を頂ければと思います。購入後に作業を開始しますので、具体的な納期は購入後に相談・設定させて頂けますと幸いです。

[購入時のお願い]

修正回数は無制限とさせて頂いております。

（初稿入稿後の新規作画を伴う変更・修正は追加料金となります）

都度作業状況をご報告しながら進行させて頂ければと思っておりますが、ご不安な点があれば事前にメッセージよりご相談ください。

■使用ソフト、環境

- ・ Adobe Photoshop
- ・ WordPress
- ・ Elementor
- ・ HTML/CSS
- ・ MacBookPro

■一日に作業に取り組める時間

- ・ 平日：8時間程度
- ・ 土日：5時間～8時間

■対応可能日

土日でも対応していますので、最短10日で納品可能です。

■ポートフォリオと実績

下記のURLに私のポートフォリオと実績を掲載しております。
お手すきの間にご参照くださいませ。

●ポートフォリオサイト

●実績

- ・ ○○ △件

※今日現在

進行中の案件含む。その他受注予定案件あり。

どうぞよろしくお願いいたします。