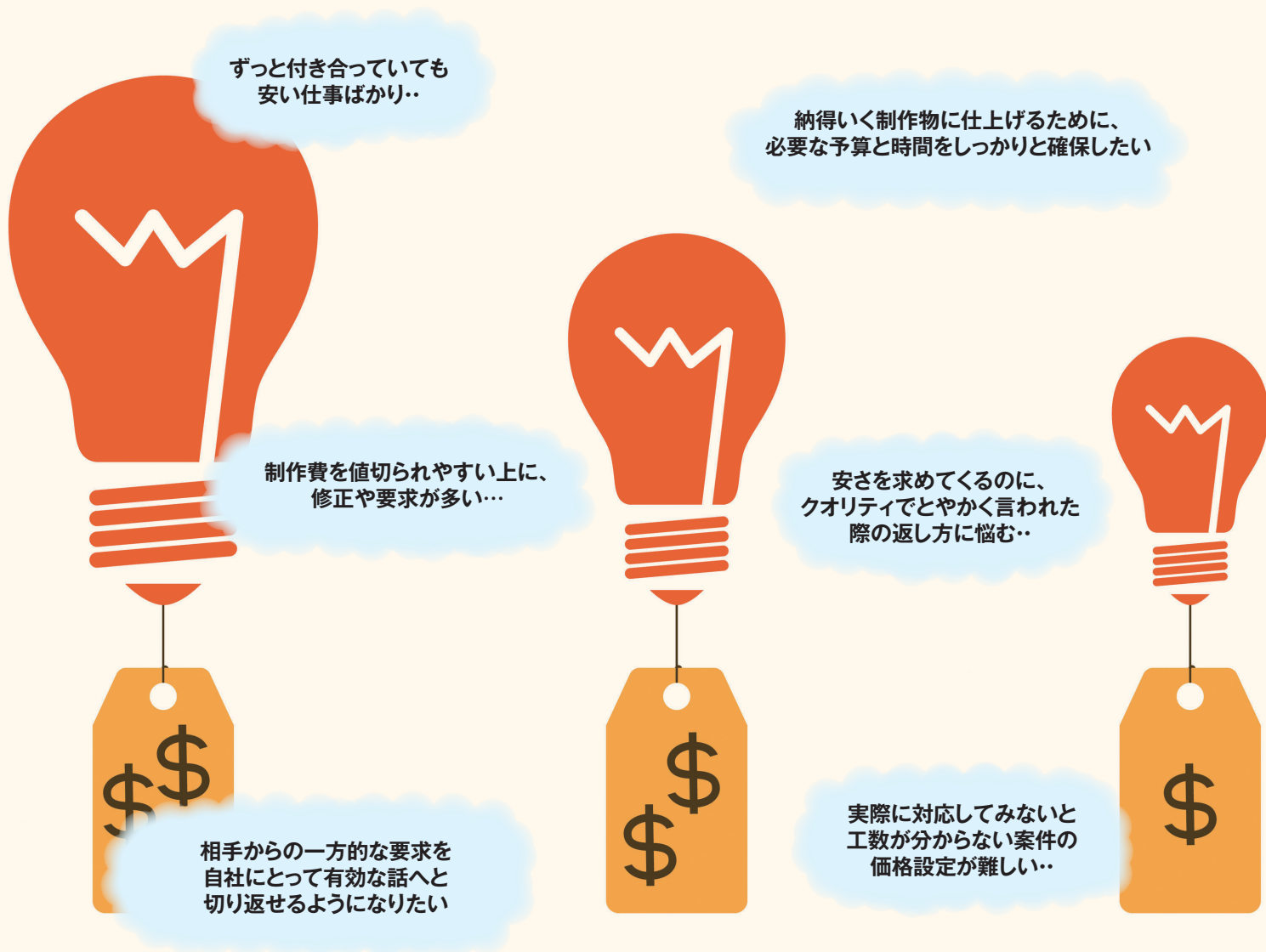


仕上げた制作物でもっと利益を生み出していくための クリエイティブ生産性向上セミナー

【オンデマンド配信】申込後7日間 終日視聴可能

クライアントとトラブルが起きるのは初期段階で
握るべき項目に抜け漏れがあることが原因です。



画像提供：123RF

クオリティ高く仕上げたくても、なかなか見合った費用や期間を
貰えていない皆様へ。価値の基準設定の仕方から、損をしないための
交渉テクニックまで担当者に必須の知識を学びます。

クリエイティブの価値は発注者が決めるものと 半ばあきらめていませんか？

**一度値引きや制作期間の短縮を
受けてしまうと
そこから価値は中々あがりません**

イラスト料や印刷費であれば納得してくれても、項目がデザイン費となると、途端に発注者の目の色が変わるのは、デザインは「感性」で成り立っていると思われることが多く、人により受け取る価値観が異なるからです。そのため、どんなに見目が良いクリエイティブでも売り上げにつながらなければ、価値は見出されず、値切り交渉の対象になってしまいます。また、受注するために、最初に提示した費用から根拠のない大幅な値引きや工数調整をすることで制作の価値を下げてもあります。発注者にとって、これだけ費用が下がるのに最初の見積りは何だったんだ、言えば幾らでも下がるのではないか、ということになりかねません。それこそ、制作の苦勞がどんどん報われなくなり、制作の価値を下げることにつながります。

**クライアントに納得してもらい
価値を高めることに成功している
制作会社の担当者も存在します**

クリエイティブの仕事は非クリエイターにとっては理解しにくいと言われていています。クリエイティブスキルを身に付けるまでにかかる労力や、クリエイティブの作成自体に要する時間を可視化できればクライアントに納得してもらいやすいですが、なかなか伝わりにくいものです。しかし、その中で、しっかりと手がけたクリエイティブを通じてクライアントとの関係性を築き、徐々に価値を向上させることに成功しているクリエイターや、見積もりの項目に工夫を凝らすことで価格設定の改善に成功している営業担当者もいます。そこで宣伝会議では、試行錯誤を経て培ってきたノウハウを基に、価値を高めるための立ち振る舞いや、損をしないための交渉テクニックや考え方、見積もりの作成の仕方について学ぶ「クリエイティブ生産性向上セミナー」を開催します。

学習のポイント

Point01

**顔合わせの段階で
期待値を高めるポイント**

発注者と対等な関係を築き、適切にクリエイティブを評価してもらうためには、顔合わせの段階でクライアントが持つ期待値を高めておくことが重要です。発注者のビジョンをキャッチアップしながら、前提事項として何を明記しておく必要があるのか。顔合わせの場で握っておくべき項目について一度整理します。

Point02

**納得させる
見積もり&値段設定**

見積もりを定価制にしてオプション価格で調整しようとする、工数等、振り分けがしにくい箇所も多く、後々トラブルに発展してしまうこともあります。クライアントが納得するロジックで、削られない価格設定をするためのノウハウを学びます。

Point03

**クオリティや価格を
維持するための切り返し方**

内容の大幅な変更や納品後の値下げ等、不合理な交渉を持ちかけられた際、立場が上の相手に対しても、咄嗟の切り返しでマウントポジションをとられないようにすることが必要です。状況を覆し、クオリティや価格を維持するための交渉スキルをタイプ別・状況別に練習しながら身につけます。

このような方におすすめ！

根拠・認識のずれによって完成後に価格でトラブルに発展することがある。



失注したくないが、価格勝負に持ち込まれるとろくなことがない。



世間相場を考慮した「安すぎず高すぎない」価格を見抜けるようになりたい。



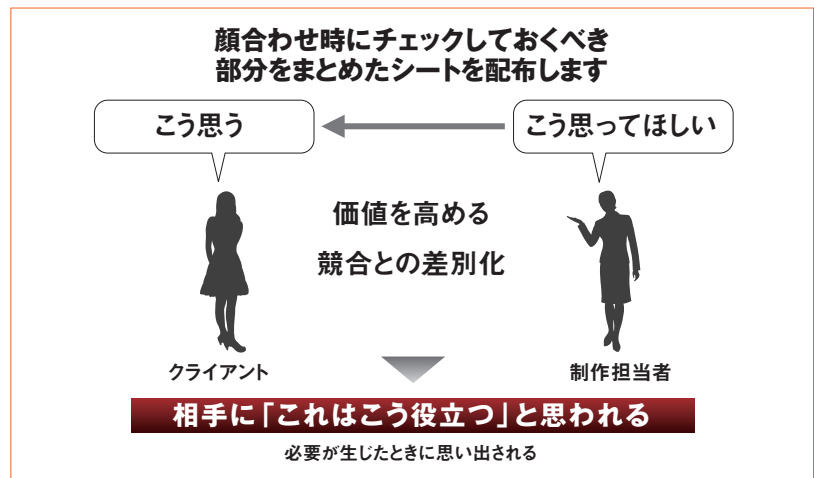
表層だけではなく、事業に踏み込んだ提案ができる関係性を築きたい。



学習する内容

Step 1 クライアントが持つ期待値を高めるためのフレームワーク

「価格を提示しても難色を示される…」 「中々、本音を打ち明けてくれない」といった制作担当者が抱える悩みの多くは、グラフィックスキルの問題ではなく、クライアントとの信頼関係が顔合わせの場でしっかりと築けていないことから生じています。クリエイティブの価値を高めていくためには、まずクライアントからの期待値を初期段階で最大化しておく必要があります。本講座では、新規のクライアントとしっかりと価値観を共有し、自社の存在意義を高めるために、顔合わせの場で確認しておくべき項目や実績の見せ方といった立ち振る舞いについて一度整理します。



Step 2 価値と価格のバランスをとった見積もりの出し方・裏付けの説明

基準があるようでないのが見積もりの難しいところです。誰でも知っているグラフィックやブランドを手がけている著名なクリエイターであれば、発注側もそれなりの費用を覚悟して依頼してきますが、そうでない場合には、クリエイターのセンスや、経営課題の本質から解決をする等、様々な方法で、付加価値を高めていく必要があります。本講座では、ケース別で世間相場を考慮した「安すぎず高すぎない」価格設定について学び、そこから発注担当者が持つこし上の値段設定をするための工夫を凝らした見積もりの項目設定、その裏づけとなる説明の仕方について学びます。

信頼を高める項目の設定

A4、20ページのパンフレット制作予算例

詳細	ページ	単価	小計
●●●●	1	150,000	¥150,000
デザイン費	40	●●●●	●●●●
印刷費	40	4,000	¥160,000
●●●●	40	10,000	¥400,000
表紙制作費	1	●●●●	●●●●
本文ビジュアル作成費	40	●●●●	●●●●
執筆・取材謝礼	3	50,000	¥150,000
原稿料	23	10,000	¥230,000
雑誌	1	100,000	¥100,000
予備費	1	110,000	¥110,000
合計			●●●●

Step 3 内容の変更や価格の値下げ…クライアントからのプレッシャーをはねのける交渉術

クライアントの言い分が制作過程でいろいろ変わったり、制作スケジュールを縮めてきたり、納品後に値切り交渉を持ちかけてきたりすることは、クリエイターや営業担当者なら誰もが経験することです。苦勞して仕事を獲得した場合、上記の交渉をきっぱりと断るのは少し気が引けるかもしれませんが、全てを了承してしまうとそれ以降の仕事で、クリエイティブの価値を維持することは難しくなってしまいます。値切りや納期短縮、内容の変更等を持ちかけられた際に、クライアントに主導権を握らせることなく切り返していくための交渉テクニックを、タイプ別、シーン別で練習をしながら学んでいきます。

シーン別、価値を維持するための4つのポイント

クオリティ	スケジュール	価格
・当初の目的に話を戻す	・問題を分化させる	・問題の背景に話題を変える
・問題を分化させる		・上司を使う

カリキュラム

時間	テーマ	講義内容
第1部 約105分	クライアントの期待値を高める“いろは”	相手のタイプを理解する／顔合わせの場での聞き方／実績のアピールの仕方／立ち振る舞い方の違いによる結果の差／自社事情とクライアント側の事情／クライアントが期待すること／自社とクライアントとの共通理解を得るためのチェック項目
第2部 約160分	クライアントに納得してもらうための「価格」と「期間」の考え方、伝え方	制作料金表の重要性(価格とスケジュールの関係)／無茶なオーダーに対する対応(値引きの基準・断る基準など)／理解してもらうための見積もりの出し方とタイミング／新規のクライアントとの関係構築／自社の付加価値の伝え方／クリエイティブの「価格」と「価値」の考え方
第3部 約110分	クリエイティブの価値を維持するための交渉術	必要な作業量と納期の見極め／交渉で解決できるもの・できないもの／自分の交渉スタイルを把握する／価格・スケジュール・クオリティの要求を切り返す4つのポイント／交渉するうえでポイントとなる裏付け／ケーススタディ

※講師・カリキュラム・時間は変更になる場合がございます。予めご了承ください。

講師プロフィール



小澤 歩氏

有限会社グレイズ 代表取締役
ブランディングコンサルタント/クリエイティブディレクター
(財)ブランド・マネージャ認定協会 マスタートレーナー

広告制作会社のデザイナー、ディレクターを経て2002年に(有)グレイズを設立し、デザインに戦略や心理学の理論を取り入れクライアントへ売上増などの成果を提供。現在はコンサルティングをメインに活動し、広告・デザインの軸となるブランディングやマーケティングの戦略からクライアントのビジネス全体の支援で実績多数。また広告・制作会社へもデザインの価値や広告提案力などを高めるブランディング導入のコンサルティングも行う。



松田 康利氏

株式会社松田康利事務所
代表取締役

1986年電通入社。営業配属。営業キャンペーンから、企業ブランディング、事業提案へ。メディア手数料全盛時代にフィー獲得にこだわり、多くの広告主で実現。広告だけでなく、事業全体の仕組みづくりを研究し広告主へ提案・実施。その頃「共創」という言葉を造語。人事制度を当時の社長に提案し異動。人事、経営計画、クリエイティブ統括などを兼務し、クリエイティブ・ブティックを実現。「低迷しているau事業の10の課題と解決策」を提言し、出向。au事業のマーケティングおよびブランディングに従事。2003年シンガタを設立。フィーでビジネス。12年独立し、事務所設立。現在も様々な企業のマーケティングを支援。自ら数社を経営。

講義概要

- 開催日程：申込後7日間 終日視聴可能
- 講義会場：宣伝会議オンライン上での視聴となります。
- 受講料金：54,000円(税込59,400円) ※申込金5,000円(税込5,500円)を含みます
- 受講定員：無し
- 受講対象：広告会社・制作会社の代表、クリエイター、プランナー、営業など。

お申込みはWebから またはこちらまで FAXにてお送りください

03-3475-3033

WEB申込	すぐ受講いただけます
FAX申込	受講環境の設定に関する手続きのため1週間ほどお時間がかかります

クリエイティブ生産性向上セミナー お申込者情報記載欄	会社名	TEL		
	住所 〒			
	申込者様 氏名	所属部署	役職	生年月日 年 月 日
	Eメール			
派遣責任者様 氏名	所属部署	役職	生年月日 年 月 日	
Eメール				
申込形態	①企業申込(請求書を発行します)	②個人申込	宣伝会議からの情報	①いる ②いない ③すでに届いている

お振込み先 三菱UFJ銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義:株式会社宣伝会議

※受講料について、開講前のご入金を原則とさせていただきます。入金確認できず、ご受講いただけませんのであらかじめご了承ください。※受講は申込者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。お席をお取りしておりますので、ご都合が悪くなってしまう場合は、代理の方によるご出席等をお願いいたします。但し、同一の講座を別々の方にご受講頂くことは禁止としております。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に關しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー (<http://www.sendenkaigi.com/privacy/>) をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL: 03-3475-3030 E-mail: info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/

