

LET'S ORGANISE TO DO LIST

New Year's Resolutions

実績0のWEBデザイナーが、
競合を押しつけて1週間で10万稼ぐ

下 剋 上

ロードマップ

UPDATED

KOKUJOH
ROADMAP

著作権について

『実績0のWEBデザイナーが、競合を押しつけて1週間で10万稼ぐ下剋上ロードマップ』(以下、「マニュアル」と表記)は著作権法で保護されている著作物です。マニュアルの使用に際しましては、以下の点にご注意ください。

- ・「マニュアル」の著作権はアトリエリッシュに属します。
- ・著作権者の事前許可を得ずして、マニュアルの一部または全部を、あらゆるデータ蓄積手段(印刷物、ビデオ、テープレコーダーおよび電子メディア、インターネット等)により複製および転載することを禁じます。

使用許諾契約書

この契約は、あなたとアトリエリッシュとの契約です。

パッケージを開封することをもって、あなたはこの契約に同意したことになります。

あなたがこの契約に同意できない場合は、直ちに本マニュアルをアトリエリッシュまでご返品ください。

第 1 条 目的

この契約書は、本マニュアルに含まれる情報を、本契約に基づきあなたが非独占的に使用する権利を許諾するものです。

第 2 条 一般公開の禁止

本マニュアルに含まれる情報は、著作権法によって保護され、また秘匿性の高い内容であることを踏まえ、あなたはその情報をアトリエリッシュとの書面による事前許可を得ずして出版および電子メディアによる配信等により、一般公開ならびに転売してはならないものとします。

第 3 条 契約の解除

あなたがこの契約に違反した場合、アトリエリッシュは何の通告も無く、この使用許諾契約を解除することができるものとします。

第 4 条 損害賠償

あなたが本契約の第 2 条の規定に違反した場合、あなたは本契約の解除に関わらず、直ちにアトリエリッシュに対して、違約金として、違反件数と販売価格を乗じた価格の 20 倍の金額を支払うものとします。

第 5 条 その他

マニュアルはあなたが個人的に参考にして使用することを目的としておりますが、期待通りの効果が見られず、万一如何なる損害や障害が生じた場合においても、アトリエリッシュはその結果に責任を負うものではありません。

【このマニュアルで解決できる悩み】

- ①自分と同じような駆け出し WEB デザイナーがたくさんいて、案件が取れない。
- ②自分よりスキルが上のフリーランスはたくさんいて、自分が選ばれるためにどうすればいいか分からない。
- ③初心者がクラウドソーシングなどで、どうやって仕事を取ればいいのか分からない。
- ④実績がゼロなので、プロフィールやポートフォリオに書けることがない

【このノウハウを実践できる最低限のスキル】

WEB デザイナーのオンラインスクール卒業程度。

(HTML / CSS / WordPress ができて、JavaScript や JQuery がなんとなくでもわかる。Photoshop や Illustrator

も基本は抑えてあればより良い)

■自分に自信がなかった WEB デザイナーが、一晩でキラキラのプロ WEB デザイナーに

僕の友人に、先日このノウハウの全てを授けたフリーランス 1 年目の女性 WEB デザイナーさんがいます。

彼女は、ある有名 WEB スクールの起業家コースを修了していますが、同期と比べても自分が一番劣っていると言っていました。スキルも実績も全然足りてなくて、自分をアピールできるものがまったくない。

彼女はとにかく自分の力に自信がなく、実際のスキルも HTML と CSS と WordPress の基本ができる程度。最低限のサイトは作れるけど、それだけ。

「もっとすごい人は山程いるし、私なんかがいくら頑張っても、起業なんてできない」とかなり落ち込んでいました。

しかし、僕が本マニュアルを作って渡したところ、次の日から彼女は生まれ変わりました。

彼女はなんと、起業 1 ヶ月目にして、地元のコワーキングスペースの経営者とミーティングをし、コワーキングスペースに集まる起業家を見込み客にしてみました。また、女性起業家の専属 WEB デザイナー契約も結ぶことができました。

「スキルが足りなくて自信がなかったけど、**自分のフリーランス活動に自信が持てた**」と言って、今はキラキラしながら一人前のプロの WEB デザイナーとして活躍しています。

別に、なにかの魔法を使ってスキルが一晩でいきなり上達し

たわけではありません。本当にこのテキストの内容を伝えただけです。

胡散臭いし、嘘みたいな話ですよ。でも、事実です。

この1冊の資料を読み終わったとき、あなたも彼女の気持ちが理解できるでしょう。

こんにちは。イチ ([@hash666699](https://twitter.com/hash666699)) と申します。

東京のWEB制作会社に勤務して12年、フリーランス3年の実績があります。

プロのWEBデザイナーとしては活動して15年にもなります。

さらに、WEB制作会社にいるときに、「案件の発注側」として、クラウドソーシングを使ってフリーランスの方を採用していました。ポートフォリオは日常的に見ていましたし、これらの僕の経験は、少なからずあなたの参考になることと思います。

そんな僕ですが、最近駆け出しフリーランスのWEBデザイナーさんのポートフォリオを監修させていただく機会がありました。そこで、初心者のWEBデザイナーさんの悩みとし

ては割とみんな共通したものを持ってるのではないかと思い、
このノウハウを執筆しています。

では、さっそく解説していきますね。

【目次】

1. スキル・実績がない人が「選ばれる」には

- ①「自分の専門分野」を決める
- ②専門分野のWEBサイトを100サイト見る【上位版追記】
- ③この戦略で成功を収めた実例【上位版追記】
- ④成功例・失敗例の見分け方
- ⑤PASONAの法則
- ⑥集めるべきデータとテンプレート
- ⑦このノウハウを実践した方の具体的な事例【上位版追記】

2. お客様はWEBデザイナーの技術力の差などわからな いし興味もない

3. WEBサイトを依頼するお客様が本当にほしいもの

- ①WEB デザイナーと顧客の「認知のズレ」
- ②「ディレクション」とは
- ③全員が勘違いしている「サイト運用」とは

4. スキルが上の競合フリーランスを出し抜くテクニック

- ①お客様のジャンルを勉強しろ
- ②サイト自体ではなく、納品した「後」を訴求しろ
- ③集客までコミットしろ

5. プロフィールテンプレート

- ①発注側がピックアップせざるを得ない「突出プロフィール」
テンプレート

6. 超訴求力・メール営業テンプレート【上位版追記】

- ①メール営業のリスト作成【上位版追記】

②コピペのマルチポストはNG【上位版追記】

③必ず「相手のサービス」について言及しろ【上位版追記】

④必ず「どんなメリットがあるか」の理想の未来を訴求しろ【上位版追記】

⑤理想の未来を叶えるための「手段」としてのWEBサイト【上位版追記】

⑥メールテンプレート【上位版追記】

7. 10万円までの下剋上ロードマップ【上位版追記】

8. おわりに【上位版追記】

1. スキル・実績がない人が「選ばれる」には

これ、実は「初心者」に限らず、それどころか「WEB デザイナー」に限らず、誰しもが抱える悩みです。プロなら誰しも「自分のスキルはまだまだ」と思ってますし、どこまで行っても上には上がいきますからね。

その中で「仕事をがんがん取っていける人」

「なかなか仕事を取れない人」が出てきます。

その差はなんだと思いますか？

スキルに圧倒的な差があればそのスキルの差なのでしょうが、表現できるサイトや、表面的な技術力は同じだとしたらなにか。

それは、「ターゲットを絞っているかどうか」です。

①自分の専門分野を決める

ひとつ例を挙げますね。

あなたが「英会話スクール」の店長だとして、WEBサイトを
作りたいと思いました。

さっそく Google で、「WEB サイト作成 英会話スクール」
で検索しました。

そうしたら、上から2件ヒットしました。

A 「WEB サイトなら何でもおまかせ！」という超有名制

作会社

B 「スクール専門でWEB制作やってます」という小さな
会社

今回の英会話スクールのサイト制作を依頼する候補はこの2社です。

Aの超有名会社の方は、スキルも高そうだし、サイトを見てもめっちゃくちゃお金がかかってそうです。制作実績のクオリティも高いのですが、大手の顧客が多く、ジャンルはバラバラでした。

Bのサイトを見ると、地味なサイトですが、ひたすら「スクール」サイトの実績が淡々と並んでいます。もちろん英会話スクールの実績もありました。

さて、英会話スクールの店長であるあなたは、どちらを選ぶ
でしょう？

まあ、多くの人が B を選ぶと思います。

「スクール専門」と書いてあるなら、「なんでもやってる」よ
りもスクール運営に詳しくそうですね。

色々なサイトを作るなら A の方がうまいかもしれないけど、
今あなたが作りたいのは「スクールサイト」ですから、B の
方が良いサイトを作ってくれそうです。

また、B を選ぶ理由はもう一つあります。それは「価格」で

す。Aは顧客も大手ばかりだし、優秀な分「高そう」な印象があります。正直、英会話スクールのサイトにそんなに高い技術力も、ずば抜けたデザインセンスも必要ありません。

こうなると、今回頼む会社は、スキルが高いAよりも、Bの方がずっとよく見えますよね。

これが、「ターゲットを絞る」というテクニックです。このようにして零細起業や、地域のスモールビジネスは生き残っています。

②専門分野のWEBサイト100サイトを見る

あなたが今やるべきなのは、先程の例だとBの会社になるこ

とです。

つまり、あなたが「他のフリーランスよりスキルが劣っている」と感じているのならば、「**〇〇専門のWEB制作**」と謳い、その分野のサイトをめちゃくちゃ研究しましょう。100サイトくらい見て、実際に写経するのもいいでしょう。

で、その分野のサイトの構造や成功モデル、失敗モデルなどの知見を高めてから、そのターゲットに含まれたお客さんに対して営業をするのです。(サイトを100サイト見る方法は、また次項で詳しく解説します。)

「ペットサロン専門サイト制作」とか「按摩専門WEBサイト制作」「鍼治療専門サイト制作」「個人塾専門サイト制作」とかですね。

「WEB 制作、何でもできます！何でも作れます！」と言うと、大企業や、百戦錬磨の強豪フリーランスと同じ土俵で勝負することになります。そんなの、戦車に竹槍で突っ込むみたいなものですよ（笑） 勝てるわけないです。

でも、あえて市場を小さくする。ターゲットを絞っていくことで、「その分野なら誰よりも良いサイトを作れる」という自信を持つことができます。

これをマーケティング用語では「ポジショニング」、「ポジションを取る」といいます。

②この戦略で成功を収めた実例

実際にこのポジショニングのテクニックを使い、「整体・整骨・治療院専門」でWEB制作を請け負ってる人がいます。

下記のサイトを隅々まで見てみて下さい。学ぶことが多くあります。

<https://www.seitai-homepage.com/>

整体院、接骨院、訪問マッサージ専門の集客型ホームページ制作とSEO対策

「整体・整骨・治療院の専門制作」
治療院ホームページ制作.com

ホームページのことは何もわからなくて大丈夫です！
080-4166-8461 土日祝OK!
担当:ソエダ

選ばれる理由 こんなサービスです わかりやすい費用 ゴールまでの流れ 制作の事例 お問い合わせ

ほぼ**100%**の先生が**集客効果**を感じています。
ホームページで治療院が**どんどん成長**していく！

※2020年6月9日更新 ※特化型ホームページ+PPC運営代行の先生方

先生と同じ個人目線／
副田に依頼すると、**新規患者が溜まっていく** その秘密とは？

PPC・SEOが得意 いかにお金をかけずに集患するかがモットー 全国対応！
良質なデザインを個人価格で！

副田です！
私が担当します！

助成金（小規模事業者持続化補助金）の利用について

申請が採択された先生から多くのお問い合わせを頂いております。ありがとうございます。

治療院ホームページ制作.comではお見積り書、契約書、領収書・納品書等の発行の対応が可能です。

「助成金の件で」とお気軽にお問い合わせください。メールはこちら

ズバリ、
SEOと集客に強いです。

ウザくないほうの
メルマガ登録
mail magazine

指示されている理由
クライアント様の声が届きました。

お客様の声をお聞かせ下さい

別にデザインが優れているわけでもありませんし、何か特殊な技術を使っているわけでもありません。

ただ、このサイトからめっちゃくちゃ案件が取れます。競合不在なところまでニッチ市場に絞り込んで、そのサービスを訴求する構造や文章にコミットしている。

こうなると確実に取れます。

文言などを全てパクって、自分の専門分野に置き換え、自分の制作 LP を作りましょう。そうすれば SNS や検索エンジン経由でも、**自動的にあちらから仕事がやってくるようになります。**

もう一つ、こちらはもっと規模が大きな事例。



京都和風 WEB デザイン

<https://www.kyoto-web.jp/>

単純にめちゃくちゃ素敵じゃないですか？

このサイトは、もともとは個人事業主の WEB デザイナーが、「和風 WEB サイト」という専門特化をしたことで市場のシェアを取り、法人成りをしてさらに東京に営業所を構えるく

らいに大きくなってしまった事例です。

「和」デザインの4つの特徴

<h4>日本の伝統色</h4> <p>日本の伝統色を取り入れ、サイトを印象づける。</p>  <p>ふかみどり 深緑 #00552e びやくろく 白緑 #d6e9ca とりのこいろ 鳥ノ子色 #fff1cf</p> <p>ホームページ実例</p>  <p>▶ 株式会社植藤造園 様 京都円山公園の枝垂桜で有名な植藤造園さまのホームページです。</p>	<h4>絶妙な和の配色</h4> <p>バランスのとれた配色が、全体を調和させる。</p>  <p>すおう 蘇芳 #94474b せいらん 青藍 #274a78 きがらちゃ 黄唐茶 #b98c46</p> <p>ホームページ実例</p>  <p>▶ 菱屋豊 佐竹商店 様 宝暦二年創業の豊製作販売の、佐竹商店様のホームページです。</p>	<h4>日本の伝統模様</h4> <p>パターンとリズムで、サイトを華やかな印象に。</p>  <p>ホームページ実例</p>  <p>▶ 株式会社和光 様 背景に伝統の文様パターンを取り入れています。</p>	<h4>日本の黄金比</h4> <p>すべての「美しい」の秘密は、黄金比にあります。</p>  <p>美しい構図には、実は数理的な裏付けがある場合が少なくありません。日本では西洋の黄金比と、「日本の黄金比」である等量分割（1:1、1:2、1:3、3:5（三五の比）、5:8（五八の比））の両方を取り入れてデザイン・構成をされています。</p> <p>▶ 黄金比について詳しく</p>
---	---	---	--

しっかり「和の専門性」をアピールしてますよね。配色、和の伝統模様、日本特有の黄金比。

これを根拠にした制作事例の数々。

懐石料理、旅館、お寿司屋さん、お蕎麦屋さん、世界に誇る

日本伝統の文化を伝えるサイトはかなりのシェアがあります。

「何でも作ります！」という巨大な実力者よりも、和風サイトならみんなここに頼みますよね。

ちなみに、あなたがこの戦略を実践したあとの未来像として見てほしいのですが、この会社は下記のような沿革です。

2002年4月1日	個人事業 bit 開業
2005年2月1日	烏丸御池に事務所設立
2005年7月1日	有限会社 bit 設立
2006年8月1日	烏丸丸太町に事務所移転
2007年1月1日	フランスにパリオフィス開設
2007年8月1日	港区赤坂に東京オフィス開設
2011年5月	御所西（烏丸丸太町）に事務所移転
2012年1月	品川に東京オフィス移転
2012年4月	株式会社bitに組織変更

引用：<https://www.kyoto-web.jp/company/index.html>

2002 年に個人事業主として起業してから、3 年で法人化、5 年後にはパリ・東京にオフィスを構えるほどに成長しています。

この「専門特化」が、個人事業のビジネス戦略としていかに優秀なのかがお分かりいただけるでしょう。

④成功モデル・失敗モデルの見分け方

さて、この項では、自分の専門分野を作るために、その関連サイトを 100 個見ていくわけですが、その際に注意すべき点を詳しく解説します。

WEB デザイナーは、作る技術はもちろん大切ですが、それ以上に大切なのは「**人が作ったサイトを見る**」ことです。自分の技術をいくらあげても、人のサイトを見ていないデザイナーは、現場で全く使い物になりません。クリエイターは僕を含めて「自己愛」が強い人が多いし、自分のサイトにばかりこだわります。

これはもう「造り手」の性質として仕方のない部分でもあります。他人のサイトをなかなか見ようとしません。あなたにもそういう傾向があるのではないのでしょうか。

この機会に、ぜひたくさんの方の他人のサイトを見て下さい。そうすることで、あなたの WEB デザイナーとしての素養もかなり磨かれます。

やり方を詳しく説明しますね。

100 サイトを見る際には、必ず「**エンドユーザー視点**」で見ることです。エンドユーザーというのは、最後にそのサービスや商品を利用するお客様のことです。

あなたの顧客は「クライアント」。クライアントがサービスやモノを提供する相手が「エンドユーザー」です。

エンドユーザー、つまり「クライアントのお客様」の気持ちになって、Google からその分野のキーワードを検索し、上位から順番にサイトを見ていきましょう。

例を挙げたスクールカテゴリで例えようと思ったのですが、

「スクール」だとちょっと広すぎますね。ここでは「英会話スクール」を見ていくことにします。

※もしあなたが「このジャンルを専門分野にしたい」と思うカテゴリがあるなら、スクールをそのジャンルに置き換えて読んで下さい。

「自分の住んでる地域＋英会話スクール」とかで検索します。（「英会話スクール」単一キーワードでもいいですが、地域を絡めることで実際にその店舗を見に行くこともできます）

そして候補が出てきたら、1位から順に見ていきましょう。

サイトの良し悪しを判断する基準は、まず第一に「自分自身が問い合わせや申込などのアクションを起こしたくなるかどうか」です。

とにかく同ジャンルを絞って見まければ「これはうまいな」とか、「これはあまりそそられないな」というのが感覚的にわかります。で、うまいサイトを見つけたら、その導線、キャッチコピー、使ってる画像、上から下までどういう順番で訴求しているかを全部 Excel などにまとめていきます。

良し悪しの判断は、別に僕が経験豊富な WEB デザイナーだからできるわけじゃなくて、むしろ素人目線を持っている初心者の方が、エンドユーザの気持ちを想像しやすいといえます。なので、あなた自身の感覚に素直に従えば問題ないです。

⑤PASONA の法則

知っている方も多いかもしれませんが、良い効果が出る
WEBサイトのフレームワークとして、「PASONAの法
則」というものを覚えておきましょう。

PASONA（パソナ）の法則とは、**P**roblem（問題）
Agitation（扇動） **S**olution（解決策） **N**arrow down
（絞込） **A**ction（行動）の頭文字で、消費者の購買を促す
ためのメッセージの法則性を表したものです。

これは、人間の欲求を扇動するように設計され体系化された
構成なので、この順番にサイトのパーツを並べることで、エ
ンドユーザーを購入や問い合わせに上手に誘導することがで
きます。

【PASONA の法則】 の図

ヘッドコピー

問題提起・傷口を開く

解決策の提示と証拠

- ・ 実績
- ・ お客様の声
- ・ 推薦文

緊急性、希少性、限定性

行動させる

引用：PASONA(パソナ)の法則をテンプレート化！例文を
交えて解説！<https://m-hico.com/pasona-4124>

具体例も書いてあるので、知らない方は上記サイトで少し勉強して下さい。これを念頭において、サイトを見ていきましょう。

⑥集めるべきデータとテンプレート

【チェックする流れ】

この調査をするための Excel 雛形シートを用意しました。

[こちら](#)から DL して下さい。

サイトの中に、PASONA のいずれかの要素があるかをチェック。



それぞれの項目において「どういうコピー（見出し）」が使われているかチェックし、「これはうまい」と思ったら Excel にメモする。画像に惹かれたなら画像をコピーする。



それぞれの項目で「どういう文言で訴求しているか」も調べ、自分が心を動かされたら、Excel に記載していく。



訴求力の強い写真の傾向をメモする。「これは真似したい」と思ったら、遠慮なく画像をコピーして Excel に保存する。（パクるわけではなく、参考にするという意味です）



サイトを見ていく上で、PASONA の項目に当てはまる部分
がなかったら、そこは無理して埋めなくていいです。

ここでの目的は、「**その分野の WEB サイトに使われている、効果の高いコピーや、訴求文、使われている写真の傾向やレイアウトのモデルをたくさん集める**」ことです。

要するに、あなたが惹かれる部分をじゃんじゃんコピーして
いけばいいので、1 サイト 5 分程度で見れるでしょう。

100 サイトやっても 1 週間もかかりません。

この Excel を 100 サイト分埋めれば、**これだけで立派な
あなたの【実績】**となります。

これを成し遂げたとき、ほとんどの提案の局面で、このジャンルにおいてあなたは無敵です。

「実際に使われている効果的なキャッチコピーやデザインの事例、問い合わせや売上に結びつく具体的な訴求文」などに最も詳しいWEBデザイナーはあなたでしょう。

これが顧客にとってどれだけありがたいものか、想像できるでしょうか？ きっとあなたが想像するよりはるかに高いレベルで、クライアントにとって喉から手が出るほど欲しい知識であり、知見です。

そして何より、この「市場調査」の作業を終えたとき、あなたには「このジャンルなら他の提案者には負けない」という自信が付いているはずです。

それこそが、**あなたが戦車にも勝ちうる**武器となります。

⑦このノウハウを実践した方の具体的な事例

さて、100 サイト調査は、地味な上結構大変な作業ですが、ここでこのノウハウを購入後、しっかりと実践した方が素晴らしい実績を出されていますので、2人紹介しましょう。2人ともWEBスクールを出ただけの、初心者です。

◆Rさん

現在ヨーロッパ在住のため、「ヨーロッパ風WEBサイト」という専門特化でココナラにて出品しました。(僕がDMで相談を受け、「海外在住を強みにしたほうがいい」とアドバイスしました)

なんと3日足らずで同一クライアントから2件の案件を獲得。「仮想海外旅行がグルメとともに体験できる、空港風コンセプトレストラン」のLPでした。



このサイトを納品後、さらにその後も継続案件を依頼されています。

そちらが納品になったあと、今度は別の「外国人雇用斡旋のWEBサイト」という案件を2件獲得し、非常に順調な活動をされています。

イチさん！！
また依頼が来ました。

[Redacted]

[Redacted]

【依頼背景】

弊社は外国籍の方の就労支援を行なっています。

今回は、「製造業」「外食・宿泊業」の2分野の日系企業に向けて外国籍人材採用を促すLPの制作を検討しています。

以前、自社でSTUDIOを使用して顧客獲得用のサービスページは作成した（下記リンクご参照ください）のですが、デザイン的にも内容的にも納得いくものができなかつたため、今回、業界を絞った上でプロの方にお洒落なページを制作いただきたいと思います。

[Redacted]

2つの業種に向けて内容も少し変えたいので、2件お願いしたいのですが、ご対応可能でしょうか？

◆Nさん

過去の経験もあり、対面営業が得意でした。

現在は「カフェ」を専門分野とし、WEBデザイナーの名刺を作成後、WEBサイトを持っていないカフェを事前リサーチして、なんと飛び込み営業で1件の案件を獲得しています。



この方はデザインが苦手なこともあり、僕のコンサルにも申し込んで頂いたため、デザインのアドバイスを中心に最初のサイトを構築しました。

スクールを出て初めて作ったサイトにも関わらず、カフェのオーナーさんには絶賛を受け、さらにすごいことに、彼女が卒業した某有名 WEB スクールのメンターに、下記のような評価をいただきました。


これお世辞抜きに、完成度めちゃくちゃ高いです！


プロと名乗って活動していくに十分なスキルになりましたね。いやあ、、すごいです。少し大きめの制作会社に頼んだら、ヒアリングなど諸々含めても軽く3桁には行きそうなレベルです笑

僕も、このレベルなら3桁はオーバーでも、20万は
確実に取れるクオリティだと思います。ていうか僕な
ら普通に30万取ります 笑

Nさんも僕のコンサルを受けながら頑張って作ったもの
を評価され収益も得ることができ、非常に喜んでく
れました。

オーナーさんに会ってきました。「想像以上で感動しています。」とのことでした！！良かった。。。喜んでくださっていました。直すところやサーバーなどお聞きしてきましたので順次やっていきます。Twitterでも宣伝していいとOKもらいました！

この後メニューを作ったり、やリクルートのページなども作っていきたいですね。っ
てお話になりました。メンテナンスやSNS運用も任せていただけそうです。
おいくらくらいですか？と聞かれたのでちょっと持ち帰らせてくださいと言っておいたので新たに見積もりを作ってご提案しようかと思
います。
どれくらいでやっていけばいいと思いますか？運用は成果報酬でもいいですけどとは言
って見たものの。。。どうしようかと。



ありがとうございます。全部イチさんのおかげです。本当に感謝しています。
あのサイト、私が一人で作ったら全くの別物ですからね。笑

あなたと同じような、スキルも実績も、自信も全然なかった駆出しWEBデザイナーが、開始1週間程度で案件を獲得し、この成果を出しています。

100サイト調査するのは大変かもしれませんが、一度「専門特化」した後の案件獲得率を考えれば、かなり効率的な施策かと思います。

このノウハウの再現性、本当にめちゃくちゃ高いです。わくわくしてきませんか？

2. お客様は WEB デザイナーの技術力の 差などわからないし興味もない

僕らフリーランスのお客様は大企業ではないし、中小企業とか個人事業（塾とかピアノ教室とか）、個人店舗とかになると思います。

そうすると IT リテラシーが高い人は珍しく、WEB サイトが
つくれるというだけで「すごい！！」というレベルの人達も
多くいます。

Twitter とか見るとみんなリテラシーが高いように思いますが、いざ地元の起業塾とかに行ってみると驚きますよ。

「オンライン」は IT 玄人ばかりだけど、一度そこから「オフ
ライン」に出てみると、IT 素人ばかりです。ちょっと PC に

詳しくて知った気になってる人はいますが、社長さんとか企業家の人でも、CSS とか JavaScript なんか誰も知りません。

で、そうなる、あなたのスキルが「WordPress」「HTML」「CSS」と、「JavaScript が少しわかる」程度だったとしても、そういう人たちにとっては仕事を十分任せることができる「プロ」なんです。

あなたが憧れるスキルが高い人たちみたいに、「グリグリ動く未来的な UI (ユーザーインターフェース)」とか「超絶センス溢れる異次元デザイン」とか、「SCSS や PHP や Python とかのプログラム言語」とかができないと仕事を取れないとか思ってるかも知れませんが、そんなものを例えできたとしても、大半のお客さんには理解できないんです。

彼らにとっては、「その人もあなたも両方すごい」。一定レベル以上のスキルになると、どれだけすごいかのその価値がわからないのです。

で、そうなってくると、その人達がデザイナーを選ぶ上で重要なのは、スキルとかじゃなくて「いかに自信を持って、プロっぽく、自分たちが分かる言葉を話してくれるか」だけなんですよ。

だからあなたがすることは、お客さんの理解できる言葉で、“お客さんが抱えている悩み”と、“お客さんが望む未来“を言い当ててあげて、「それはこういうサイトを作れば解決します」と言ってあげればいいんです。

※専門用語は本当に意味が伝わらないので、「レスポンシブデ

サイン」とか「サーバ」「ドメイン」「静的サイト」などの専門用語は、お客様には極力使わないようにしましょう。

どうしても使わないといけない時は、必ずその意味と一緒に説明してあげてください。

3. WEB サイトを依頼するお客様が本当に ほしいもの

あなたはこれを考えたことがありますか？

「お客さんは、なんのために WEB サイトがほしいんでしょう？」

もし考えたことがなかったら、考えてみて下さい。

考えましたか？

では答え合わせです。

お客さんがほしいのは「きれいな WEB サイト」「センスのいい WEB サイト」「かっこいい WEB サイト」です。

• • •

これに「いやお前何言ってるの？」とツッコミできた方。

正解です（笑）

はい。そんなはずはないですよ。お客さんが本当にほしいもの。WEBサイトを作る本当の目的はこんなものではない。

それは「売上」です。

①「認知のズレ」

WEBサイトは最低でも5万円、普通は30万円、高ければ150万、200万にもなります。それほどのお金をかけて作るんだから、当然その費用対効果に見合う「売上」をリターンとして求めています。

仮に売上そのものを求めていなくても、「売上につながる問い合わせ」はほしい。そうじゃなければ作った意味がないです。

いくらITに疎いお客さんでも、ビジネスをされているわけですから、当然「数字」を見ています。

だから、僕らがデザイナーとして憧れる「かっこいいサイト」とか「センスのいいサイト」「きれいなサイト」なんかには、正直あまり興味がないんです。

それよりも、「で、このサイト作ることで何人問い合わせが増えるの?」「どのくらい売上上がるの?」「どのくらいの集客ができるの?」という方がずっとずっと重要。

なので、僕らデザイナーはまず、その「認知のズレ」を治す必要があります。

逆に、大半の初心者 WEB デザイナー、下手したら中級者以上の WEB デザイナーでも、ここの認知を間違ってる人は少なくありません。

だから、あなたはこの認知のズレに気づけた時点で 1 歩リードしています。

専門用語を使わず、IT 素人のお客さんにも理解できる言葉で話し、「重要なのはサイトを作った先の売上」とであることを事前に伝えます。

そこでお客さんとの共通認識を持てれば、「このデザイナーは他の人とは違うな」と思われ、お客さんに信用してもらえます。

更にサイトを提案するとき、お客さんにロジカルに「機能的

価値」を伝えます。

「このサイトは、このコピーでこういうターゲットの興味を引き、ここの写真と文言でこういう心理状態に誘導し、このフォームで問い合わせ行動を促します」という説明ができればいいんです。前項で集めた「同業種サイトの効果的なコピーや文章事例」も根拠にできますよね。

これができれば、難しいプログラムやら、Python やらビッグデータやらの「ハイエンドスキル」なんか必要ないです。

※それらのスキルが必要な局面ももちろんあって、それは相手が大企業で、IT 専門の部署や、内部にリテラシーの高いシステム担当者がいる場合です。そういう企業は BtoB で企業の WEB 制作会社に依頼しますから、フリーランスが直接雇

用されることはほとんど無いでしょう。

②ディレクションとは

あなたが競合と戦える武器をもう一つ授けましょう。この項を読むことで、あなたの付加価値を更に高めていきます。しっかり付いてきて下さい。

通常の制作会社には、WEBデザイナーの上には「WEBディレクター」がいます。ディレクターというのはお客様にヒアリングを行い、サイトの方針を決めます。そしてデザイナー、コーダー、プログラマーなどを配置して、納期に間に合うように、その全体の作業の監督と指示を行う人のことです。

あなたが、フリーランスの WEB デザイナーとして活動する場合、おそらく中小企業のクライアントの担当者がこの「ディレクション」を行うことになります。

担当者はあなたに「こういうサイトを作って欲しい」と要件や指示を出し、あなたは言われたとおりにそのサイトを作っていきます。

「ここの文字を青くして」と言われたら青くします。

ここで注意なのですが、そういう「お客様の要望通り」の作業しかできない人は、フリーランス WEB デザイナーとしては三流です。

じゃあ、どうすれば一流になれるのか。その指針をお話しますね。

僕はあなたに「ディレクションができる WEB デザイナー」
になってほしいと思っています。

「ディレクション」は難しそうと思われるかもしれませんが、
部分的には初心者のあなたにも「たった今」からできること
があります。

それは、クライアントが「このフォントを青くして」と言わ
れたら、なぜ青くする必要があるのかを瞬時に考えて下さい。

指示には脳死で従わず、すべて「なぜそうすべきなのか」
を相手に確認し、その答えに納得してから作業をするように
して下さい。

その「なぜ」を 1 つずつ解消することで、あなたに WEB デ

ィレクターとしての知識や能力が育っていきます。

文字の色や構成はすべて「デザイン」の一部ですが、「デザイン」にはすべて理由があります。理由がないデザインは、デザインではなく「アート」と呼ばれます。

- 病院のサイトは緑が多い＝心理学上、落ち着きや安心を感じる色だから

- 企業のサイトはブルーが多い＝知的・堅実・信頼を感じる色だから

このあたりは WEB デザインの勉強をしているあなたは、すでにご存知かもしれませんね。

色だけでなく、かたちや大きさ、余白、写真、文章の配置や構成に至るまで、全てに「理由」があります。

この「理由」を全て説明できれば、その人は WEB ディレク

ターになれます。

フリーランス WEB デザイナーは、このディレクション作業ができるかできないかで、まったく単価が変わってきます。

WEB ディレクターは、簡単に言うと、デザイナーが完了した仕事に対して、「それで良い」と、確かな根拠を持って言える人です。

「良し悪しの判断ができる」。この能力で、WEB ディレクターはデザイナーよりも高い給料をもらっています。

これ、絶対にあなたにもできます。ディレクターの能力を持つデザイナーは、客から見ても本当に、「超」使えます。

なぜかと言うと、お客様の目的を理解し、「どういう WEB サイトを作ればいいのか」をアドバイスすることができるからです。

指示通りに作るのではなく、「貴社の目的を果たすためには、こういうサイトにしたほうが良いです。よって、ここのフォントは青ではなく赤にするべきです」と提案し、その根拠の説明ができます。そうすると、お客様と対等か、専門家としてはそれ以上の立場から話ができるようになるわけです。

お客様からの信頼を得て、あなたに頼んで良かったと感謝されることでしょう。

余談ですが、企業の WEB ディレクターは、デザインが全くできない人もいます。最初からディレクター業をしている人です。

そんな人の一人で、僕が愛読している WEB ディレクターのブログがあるので、ぜひ読んでみて下さい。これ、僕もここで知識を仕入れたりしてるのであまり教えたくないんですが、あなたには教えます。

正直言って、めちゃくちゃ勉強になりますよ！！

笑顔を創りたい Web ディレクターの日常

<https://toksato.hatenablog.com/>

ディレクション、できるようになりたいと思いませんか？

ではどうやってディレクションができるようになるかの解説をします。

少しずつでも「WEB マーケティング」の勉強をして下さい。
Google で「WEB マーケティング」と検索して下さい。その知識を得ることで、「なぜこの文字を青ではなく赤にする必要があるのか」がすべてロジックで説明できるようになります。

マーケティングはデザインとはまた別のスキルですが、マーケティング能力とデザイン能力を両方勉強することで、あなたの中でシナジー（相乗作用）が起こせます。デザイン業界でのセオリーが、マーケティングのこの理論が根拠だったのか、と知ることになります。すると、あなたのスキルは何倍にもなります。

この力を持てば、多少のスキルの差など全く問題なく、他のWEB デザイナーを出し抜き、あなたにたくさんの依頼が入るでしょう。

4. スキルが上の競合フリーランスを出し抜くテクニック

ここからはランサーズ、クラウドワークス、ココナラなどの「クラウドソーシング」のサイトにおいて、競合を出し抜くテクニックを解説します。

①お客様のジャンルを勉強しろ

みんな、提案するときに、「自分の実績としてこんなサイトを作りました！こんなすごいスキルがあります！」と、ポートフォリオで実績自慢ばかりしてますよね。

あれがまずズれてます。お客さんが何がほしいかを分かっていない。権威性をアピールしてるつもりなんですよ。

うが、「権威」の解釈が自分視点なんです。

なのであなたは、例えば「墓石屋」のサイトを作って欲しいって依頼に提案するなら、その前にまず、前項で説明した方法で、徹底的に「墓石屋のサイト」をリサーチしまくりましょう。

スキルなんかなくてもいい。競合に負けててもいいです。とにかく墓石屋のサイトをリサーチしまくった後、提案にこう書きましょう。

「私はスキルは普通で、正直平凡なサイトしか作れません。でも、貴社の案件を見てから墓石屋のサイトを100サイト研究して、売上につながるキャッチコピーや訴求文などを集めました。きっとお力になれると思います」

と言います。もし余力があるなら、Excel や PDF とかで簡単に資料化してもいいでしょう。

僕が墓石屋のオーナーなら、他のハイレベルなフリーランスを外してあなたに頼みます。

スキルが平凡でも、最低限見やすいサイトが作れるのであれば別に問題はない。で、墓石屋サイトの知識（つまりライバルや同業他社のサイトの知識）においては、WEB デザイナーの中で确实あなたがトップだろうと期待できるからです。

②サイト自体ではなく、納品した「後」を訴求しろ

これはまあ、最近はやってる人は多いですが、「制作して納品した後、どう集客するか」まで、自分はノウハウがあることを伝えましょう。

あなたがどんなに美しくカッコいいサイトを作っても、どんなにセンスの良いサイトを作っても、作った後そのサイトに1つもアクセスが集まらなければ、お客様にとってそのサイトは「無意味」なんです。

作った意味がない。

またあなたに頼もうって思いませんよね。

集客を語るとまた本が1冊書けてしましますが、今検索エンジン対策のSEO集客は、かなり難しくなっています。その代わりに、SNS（Twitter、Instagram、YouTubeなど）での集客が非常に効果的です。

Twitter をやれば Twitter 集客ノウハウはある程度ある人もいるかと思います。もしそのようなノウハウがあるなら、制作後、SNS 集客ノウハウを授けますといえは良いでしょう。(本ノウハウの購入者特典として、「実店舗のための SNS 集客」というマニュアルを授けます)僕は長年の経験から SEO ノウハウの知見もありますが、それは長期的な施策になりますのでまたの機会に。

更に、「サイト運用」を身に着けましょう。

サイト運用というと、「更新とか修正とかを対応することでしょ」と思っている人が多いです。

間違いではないのですが、本当はそれだけじゃなくて、運用とは「アクセスアップと検証」も含まれます。むしろこっちこそ重要だし需要があります。

日々のアクセスを、アクセス解析を見ながら分析／検証し、いかにアクセスアップを図るかの施策を打つことです。強いてはそこから「売上」をいかに上げるかです。

アクセスの推移を月々データで報告できるようになれば、1つの会社から月最低5万でも10万でも余裕で取れるようになります。アクセスアップで実績を上げれば、単発ではなく継続収入となります。

これもやり方を知りたいければ、詳しくは「A/B テスト」「PDCA サイクル」などで検索してみましょう。

③集客までコミットしろ

さらに、「私に依頼していただければ、最低月 100 人は
見込み客をサイトに誘導します」とコミットしましょう。

(100 人というのは例です)

コミットとは約束、保証です。ライザップが「結果にコミット！」と言ってるあれです。

これができれば最強。

中小企業の担当者や、個人事業主にとってこれほど心強い言葉はないでしょう。

お客様は、何だかよくわからないすごそうなプログラム
やスキルをってる人より、わかりやすい「最低月 100
人、濃い見込み客をサイトに連れてくる」というメリッ
トを提案してくれる人を選びます。

PV は Twitter である程度は呼び込めます。呼び込めな
い人は本ノウハウの特典（後で申請方法をご案内します）
の「実店舗のための SNS 運用」をじっくり読んで、集
客をマスターして下さい。

5. プロフィールテンプレート

さて、ちょっとレベルが高い話もしてしまいましたが、スキルが高くなく、実績がないあなたでも、仕事を取るためにどのような方向で努力をすればいいかはわかりましたでしょうか？

ポートフォリオやクラウドソーシングのプロフィールには、一般的には下記の形で記載します。（シチュエーションによって不要なものもあります）

- 名前
- 生年月日・年齢
- 過去経歴
- スキルセット
- 資格・使用可能ツール
- 自身の強みと具体的なエピソード（自己PR）

初心者・実績ゼロの場合は、これから解説するテンプレートのかたちで記載しましょう。

まず、

■過去経歴

■スキルセット

■資格・使用可能ツール

この部分が非常に弱くなりますので、

■自身の強みと具体的なエピソード（自己PR）

これを一番上に持ってきましょう。すると下記のようになります。

■名前：〇〇

■生年月日・年齢：30歳

■自身の強みと具体的なエピソード（自己PR）

〇〇と申します。

まず、私の強みを申し上げます。

私は、私と同年代の「30代の女性ターゲットのサイト」を、制作側の見地から見続けて研究し尽くしております。これまでに100サイト以上を分析しており、自分が「思わず申し込みたくなったLP」「つい買ってしまったキャッチコピー」「思わず押してしまったバナー広告」などを資料として日常的にまとめております。30代の女性ターゲットのサイトであれば、必ずお力になれると思います。

※弱い経歴や実績より、まず強みを最初に出します。僕は案件の依頼側にいましたからわかりますが、これはかなりのインパクトと威力があります。

実は私は、今年の9月にWEBスクールを出たばかりです。とはいえ、高いレベルのカリキュラムをクリアして卒業しているので、制作のプロとして問題ないスキルは身につけております。制作実績をご確認いただければ、一般的なサイトとして問題ないものを作れることはお分かりいただけると思います。

※ここでは、事実を伝えながらも、決してネガティブなことを言わないことです。

「スキルも低く、実績はまだありません」→「制作のプロとして問題ないスキルは身につけております。」

このように、一度ネガティブなことを書いてしまっても、見直して全部ポジティブな表現に直しましょう。お金をもらう

からにはあなたはプロであり、自信がないことを少しでも感じさせてはいけません。

また、WEB サイトの役割については、私なりの信念があります。

それは、WEB サイトは制作して終わりではなく、むしろ作った後が本番であるということです。

「作ったサイトがどれだけの見込み客を集め、お客様の事業の売上をどれだけアップさせられるか」という【機能的価値】が、最も重要であると考えています。

私はそのために、デザインの勉強と並行し、SNS 集客や、マーケティングについても知見を深めています。

まだ実績や経験は少ないのですが、「言われた通り作るだけのWEB デザイナー」で終わらず、「お客様の事業の売上にWEB サイトで貢献するために何ができるか」、「どういうWEB サイトを作ればいいのか」という案を積極的に出していただけるWEB デザイナーでありたいと思っています。

ぜひご検討いただき、一度 MTG（面談）の機会をいただければ幸いです。

※ここまで書いてから、ようやく経歴とスキルセットです。
もちろん嘘は書いてはいけません。

■過去経歴：2021年9月 OOオンラインスクール卒業

■スキルセット：

WordPress 3ヶ月

HTML+CSS 3ヶ月

JavaScript 1ヶ月

■資格・使用可能ツール

Photoshop 1ヶ月

Illustrator 1ヶ月

※スキルは正直貧弱ですが、僕が担当者なら、そのマインドと将来性を見て、少なくとも候補には絶対選出します。

6. 超訴求力・メール営業テンプレート

さて、クラウドソーシングで提案しても、「専門特化」をすることで全然競合には勝てるのですが、ただでさえ「単価面」のみで比較されやすい市場なうえ、クラウドソーシングにはある致命的な欠点があります。

それは、「一度契約をした顧客とは、そのクラウドソーシングサイトを経由してしか取引ができない」という規約です。

つまり、どれほど継続的に付き合ってお得意様になっても、ランサースやクラウドワークスに、決して安くない手数料を%で取られ続けるということです。

これ、長く続ければ続けるほど割に合わないと思うようになります。最初のきっかけだったと言うだけで、ずーっと紹介マージンを中抜きされ続けるんですから。

自分のWEB制作用のLPがなかったり、ポートフォリオサイトが無いような最初のうちは有用なのですが、ずっとそちらを使い続けるのは得策ではありません。

ここでぜひチャレンジしていただきたいのが、「対面営業」と並んで「メール営業」です。

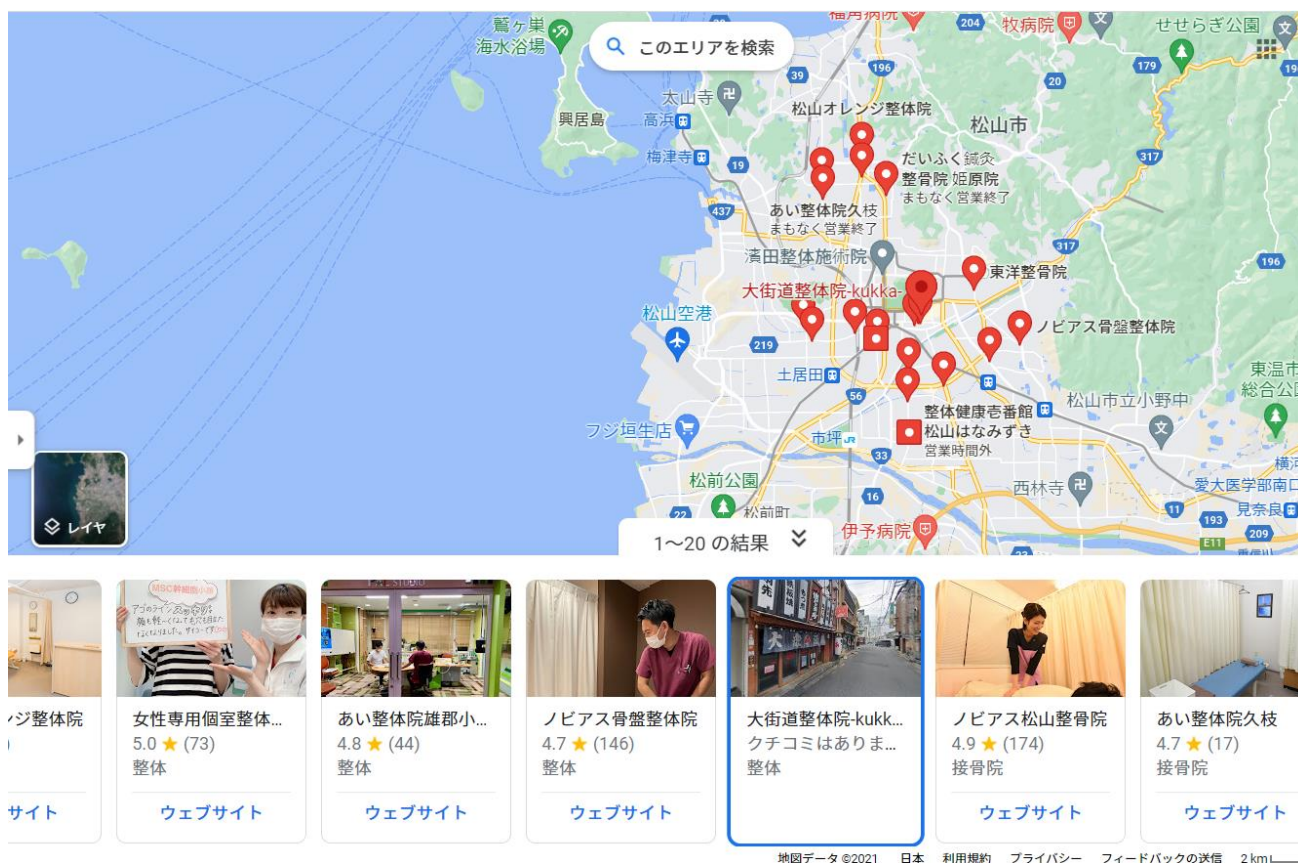
僕が何度もツイッターなどで発信している通り、「WEBデザイナーという名刺を作って対面営業」が最強なことは確かなのですが、地域に縛られます。当然、都市部のほうが「起業セミナー」や「他業種交流会」イベントや機会は多く、営業対象も候補がたくさんありますが、地方ではなかなかそういうわけにはいきません。

対面営業が苦手だったり、機会がそもそも無い地方在住の方は、ぜひ「メール営業」にチャレンジして下さい。

では、メール営業するリストの作成をします。

実際に僕がリサーチをしてみますね。

WEB サイトを持っていない企業を探すのは、Google マップで「整体院」とかで検索してもいいし、「ホットペッパー」などのポータルサイト、「整体院検索」などの専門サーチエンジンを使えば簡単に見つかります。



僕が住んでいる愛媛でも、「整体院 松山」で1つウェブサイトを持っていない整体院が見つかりました。



ウェブサイトが無いことがわかりますね。

Google 大街道整体院-kukka- X | 🔊 🔍

🔍 すべて 🖼️ 画像 📺 動画 🛍️ ショッピング 📰 ニュース ⋮ もっと見る ツール

約 104 件 (0.42 秒)

広告 · <https://beauty.hotpepper.jp/> ▾

個室整体院キュット ホットペッパービューティー - hotpepper.jp
今年の冬の疲れをリフレッシュ！24時間ネット予約対応／ホットペッパービューティー公式。
当日・週末予約可能なサロンもらくらく検索。ネット予約でポイント貯まる！

整体・矯正サロンの予約
あなたにピッタリのサロンが見つかる 24時間ネット予約対応

今日明日行けるサロン
今日・明日の急な予約にも対応可能！ 仕事帰りにサクッとサロンで綺麗に

<https://imachika.com> ▾ 店舗・施設 ▾ 浴場 ▾

大街道整体院-kukka- - いまチカ
大街道整体院-kukka- 松山市二番町3丁目2-10.

<https://ja.worldorgs.com> ▾ カタログ ▾ 松山市 ▾ スパ ▾

大街道整体院-kukka- 市内で松山市
大街道整体院-kukka- 市内で松山市 住所別日本, 〒790-0002 愛媛県松山市二番町3丁目2-10.

念の為店名でググっても、出てくるのはポータルサイトだけです。

逆にこちらの「いまチカ」を見ると、さらにたくさんの整体院が見つかりました。

整体

いまチカ > 愛光町

二番町の整体

整体ホリスティックセラピールポ

愛媛県松山市二番町3丁目7-17



あしカラダ 松山大街道店

B,愛媛県松山市二番町3丁目8-21

二番町周辺の整体を表示しています

神の手

愛媛県松山市大街道2丁目5-1

～かくれや～忠左衛門

いずれもサイトを持っていない整体院です。

ただ、ここにはメールの問い合わせ先がありません。

こういうポータルサイトがお問い合わせフォームを持ってる場合もあるので、ない場合は再度 Google 検索です。

一番上の「整体ホリスティックセラピールポ」をググってみたら、下記の予約サイトが出てきました。

<https://reserva.be/repos1225>

ヨガ教室の予約管理なら導入実績が豊富な「RESERVA」

RESERVA会員ログイン

👉 整体・Holistic Therapy Repos - ルポ -



メニューを選んでください

About Us お問い合わせ

 【整体メニュー】整体 + クレニオセイクラルセラピー : 60分 ¥8,000 (税込) (施術 60分)

90分 ¥8,000 (税込)

予約する

【初めてのお客様へ】 初回のみ初見料 (1,000円 税込) を別途頂いております。【2回目以降のご来店について】 3ヶ月以内のご来店で1,000円引き / 3週間以内のご来店で1,500円引き※予防医学を目的とし、お一人お一人の状態に合わせた施...

右側に「お問い合わせ」のボタンが！！

ここからメールを送れますね。

ちなみに、こういう予約プラットフォームだけを持っている飲食店なんかも多いです。

で、こういうところにメール営業をするなら、「プラットフォームを使うことによる手数料を無料にしませんか？」とか言えるわけです。

ちなみに僕の前職の会社で制作した飲食店は、下記の「TORETA」という予約システムしか持っていませんでした。ここにWEBサイトを制作しませんか？と言って普通に案件を獲得しました。



銀座 六覚燈 銀座店

🏠 東京都中央区銀座6-8-7 交詢社ビル4階

☎ 03-5537-6008

ご予約にあたってのお願い

- 予約不可のお日にちでも、店舗に直接お問い合わせいただければお席をご用意できることがあります。
- 当店では分煙という形になっておりまして、禁煙、喫煙の選択肢が出ない場合は喫煙席に配席されてしまう可能性があります。もしお席のご指定があるようでしたらお手数ではございますが店舗に直接ご連絡頂けますようお願い申し上げます。

電話 03-5537-6008

席の種類と致しまして、以下のレイアウトとなっております。

【禁煙席】カウンター/テーブル

【喫煙席】カウンターのみ(平日のみ、4月以降は全面禁煙となります。)

※ランチタイムは全席禁煙カウンターです。

※予約状況によりご希望に添えない場合がございます、あらかじめご了承ください。

これだけでは全くお店の魅力伝わりませんよね。

このお店は、ホームページの代わりにこれを置いていたが、ここから新規はまず取れないでしょう。なので、このページに誘導するまでの「公式サイト」で、このお店の魅力を存分に伝える必要があるわけです。

その必要性を伝えたら、「いくらで作ってくれるの？」という話になりました。「ホームページは特に要らない」と思っていたお店が、必要性に気づいたというわけですね。

先程の整体院の予約システムは、下記のシステムでした。



RESERVA
Reservation

管理者ログイン

予約システムで、ビジネスを自動化

予約受付・顧客管理が
ずっと0円で使える

無料で予約サイトを作る

ヨガスタジオ

予約する
About us
お問い合わせ

2020年6月1日
ヨガ
山田 花子
2020年6月1日(月) 10:00-11:00
¥2,000(税込)

2020年6月1日(月) 12:00-13:00
リラクゼーション
高橋 愛子
¥2,000(税込)

2020年6月1日(月) 13:30-14:00
ショートヨガ
高橋 愛子
¥2,000(税込)

ヨガスタジオ

2020年6月1日
ヨガ
山田 花子
2020年6月1日(月) 10:00-11:00
¥2,000(税込)

2020年6月1日(月) 12:00-13:00
リラクゼーション
高橋 愛子
¥2,000(税込)

2020年6月1日(月) 13:30-14:00
ショートヨガ
高橋 愛子
¥2,000(税込)

<https://biz.reserva.be/>

通常このような予約サイトは、ホームページの機能は乏しく、LP や公式サイトの中の一コンテンツ=予約ページとしてリンクを貼られる場合が多いです。

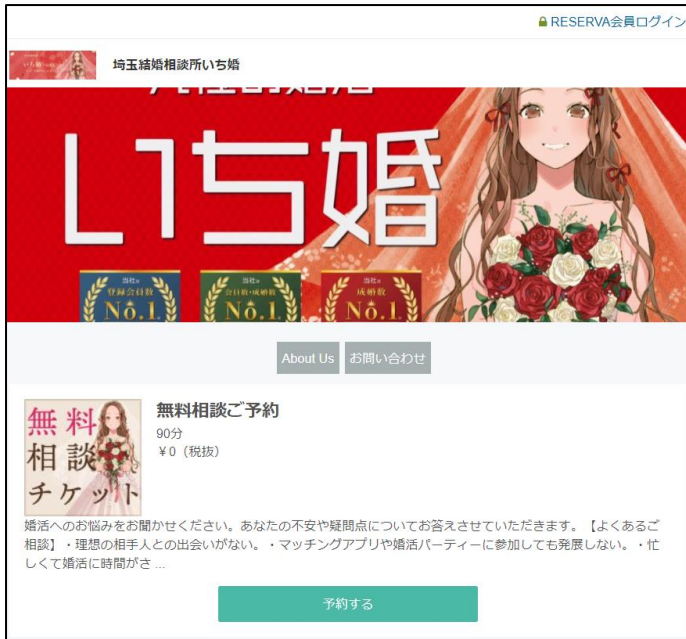
例えば、これはまた別の業種にはなりますが、

The screenshot shows the homepage of 'IchiCon' (埼玉結婚相談所いち婚). The header includes the company name, phone number (048-287-8467), and a '無料相談予約・お問合せはこちら!' button. A navigation menu contains links for 'TOP', 'はじめての方へ', 'カウンセラー紹介', '料金プラン', '選ばれる理由', 'ご成婚までの流れ', '会員データ', and '無料相談予約'. The main banner features a bride illustration and the text '埼玉結婚相談所 いち婚 ~IchiCon~ “いち”年婚活はじめませんか?'.

いち婚

<https://www.ichicon.net/>

この結婚相談所の公式サイトの上の「無料相談・ご予約はこちら」のボタンを押すと



こちらの reserava のページに飛びます。

<https://reserava.be/ichicon>

このように、まずは WEB サイトでサービス内容を訴求をしてから、予約フォームに進む動線を組まないと、初見の客は 99%取れません。

なので、先程の整体院に対してメールをするときは、そういう「WEB サイトの必要性」をしっかりと伝えます。

「予約サイトを拝見しましたが、そこに誘導する前に御社のサービスの魅力をしっかりアピールする WEB サイトがあれば獲得率跳ね上がりますよ」と教育するんです。

このような戦術で、まずは「WEB サイトを持っていない店舗・会社」を探していきましょう。

①コピペのマルチポストは NG

さて、メール営業はあなたも受けた経験があると思います。

これ、受け取る側に立つと、めっちゃくちゃ嫌ですよ 笑

少なくとも僕はすごく迷惑だし、99%の営業メールは、受け取った瞬間開封もせずにゴミ箱に入れます。さらに迷惑メールとして報告です。

これが世の中の大多数の企業担当者の対応でしょう。

僕が捨てる営業メールの第一位が、「誰が受け取っても同じのコピペメール」です。

名前だけ差し込みで変えてあっても、他の部分は全部同一。コピペで当たり障りのない誰でも読める内容ということは、何も特別なことは書いてない＝メリットの薄い内容だと思い捨てます。

なので、あなたはこの逆を行きましょう。

それは「相手の企業名を名指しした、完全オリジナルメール」です。

②必ず「相手のサービス」について言及しろ

メールを送る前に、相手のサービス内容をしっかりと調査し、相手のサービスの感想、利点、欠点を指摘しましょう。

実店舗なら実際に通ってみた「消費者目線」での感想などを言うのもいいでしょう。

また、先程のように「予約サイトしかない」とか「ホットペッパーしかない」とかの場合、「サイトからの集客はゼロ、またはかなり少ないのではないのでしょうか？」と伝え、「なぜ少ないのかと言うと、御社のサービスの魅力がちゃんと伝わっていないからです」と書きます。

そこで、もし可能なら、「私がデザインするならこのようにするという簡単な提案書を送らせていただきます」として、別添に資料を付けます。

100サイト調査を元に、競合他社の例を出せばいいだけだから、実際のサイトのモデルやサンプルまですぐに用意できますよね。

文章主体で、「WEB サイト作ったほうが売れますよ〜」みたいな、誰でもできるふわっとした提案ではなく、実際稼働

している同業種の成功例サイトのデータが次々出てくるんですから、これほど説得力のある提案はありません。

また、既存のWEBサイトがあっても、その内容がしょぼすぎる場合、同様に100サイト調査シートを使って「リニューアル」を訴求するのも非常に有効です。

④必ず「どんなメリットがあるか」の理想の未来を訴求しろ

何度もお伝えしている通り、お客様は別にWEBサイトがほしいわけじゃないので、単に「WEBサイトを作りませんか？」ではだめです。

お客様が望んでいるのは「集客アップ」か「売上アップ」なので、

- 今より更に集客できます。過去サイトを作らせていただいた平均では20%の集客増が見込めます。
- WEB サイトを作れば、御社のことをまだ知らない客層に御社の名前を知らせることになり、新規の濃い見込み客を月に20人程度は獲得できます。
- WEB サイトを作り集客が前月比120%となったお客様は、良質なお客様をWEBサイトで集めたことにより、売上が150%になりました。

こういう言葉を、なるべく具体的に、数字を使った仮の試算をざっくりでも出して提案するのがいいです。

経営者は「数字」が大好きです。「前月比200%」とか「売上3倍」とか、とにかく響きやすい実績を伝えられないかを考え、必ずタイトルかメールの最初の方に書くようにしましょう。

⑤理想の未来を叶えるための「手段」としてのWEBサイト

WEBサイトは目的ではなく「手段」です。

その認識をお客様と共有することで、共感を得ることができます。このWEBデザイナーは他のやつと違うぞ、と思ってもらえますから、ぜひこの点をメールで言及しましょう。

WEBデザイナーは、WEBサイトを「目的」と捉えている人はほとんどですから。だから稼げないんですけどね。

⑥メールテンプレート

お客様の業種や業態によってかなり内容は変わってしまいますが、一例としてメールのテンプレートを渡しておきます。これを元に、しっかり自分で書き直して下さい。

(ピアノ教室を例にしています)

ここから▼

【タイトル】

全国のピアノ教室を 100 件以上研究しています

【内容】

はじめまして、私はピアノ教室専門の WEB デザイナーとして活動している〇〇と申します。

突然メールをお送りしてしまい申し訳ありません。

実は私も〇〇ピアノ教室様と同じ地域に住んでおり、ピアノについては私自身、過去に習っていたこともありとても好きです。

ピアノが好きあまり、自分の特技である WEB デザインをピアノ教室専門で研究し尽くしてしまったほどです。

私は〇〇年より、プロのWEBデザイナーとして活動しておりますが、

どうせWEBサイトを制作するなら、ぜひ自分が大好きなピアノに関わるサイトを
作らせていただきたいと思います。

そして、全国にあるピアノ教室におけるWEBサイトの集客施策を100サイト以上調査いたしました。

私の手元には今、100サイト以上の魅力的なピアノ教室のWEBサイトのデザイン、キャッチコピー、効果的な写真の構図などを集めたデータがあります。

このようなデータを持っているWEBデザイナーは、おそらく全国でも私一人だと自負しております。

もしよければ、これらのデータをお役立て頂き、貴教室のWEBサイトを制作させていただけないかと考えております。

お忙しいこととは存じますが、WEBでの集客に少しでも興味がありましたら、ぜひ一度お打ち合わせの機会を賜りたく存じます。

お打ち合わせの際にはデータもお持ちいたします。

また、私はSNS集客のノウハウも持ち合わせておりますので、普通のWEB制作業者のように「作ったら終わり」とはなりません。

ピアノ教室のWEBサイトを専門に研究しているため、ピアノ教室に特化したSNS集客ノウハウなど、WEBサイトを活用してどのように集客していくか、体験会などに実際月に何人集客できるかなどについて、具体的な施策をご提案することができます。

(実績ができれば、ここに実績を入れる。例えば「知り合いのピアノ教室の体験会にたった1ヶ月で10人集客し、7

人が実際に入会した」とか。ここで重要なのは【数字】を使ってアピールすること)

もし少しでも興味があり、打ち合わせのお時間を頂ける場合は、
本メールにご返信下さい。

特に集客について困っていらっしやらないのであれば、
このメールはお手数ですが破棄して下さい。

最後までお読み頂き、誠にありがとうございました。

今後も貴教室のご発展を心よりお祈り申し上げます。

▲ここまで。

タイトルは「ん？これなに？」と思ってもらうこと。
そうすれば開かれます。開いて読んでもらえればこっちのもんです。

くれぐれも「WEB制作のご提案」などと書かないこと。読まずに捨てられます。

もし100サイト調査を元にした提案資料が作れるなら、タイトルを「〇〇株式会社様専用売上アップ提案資料を作成しました」とかにしてもいいです。

営業メールを捨てるのは「他の大多数に同じものを送ってるんでしょ」という先入観があるからです。

タイトルで、「あなただけのために作った」と伝えれば、開封して中身を見てくれる可能性は飛躍的に上がります。あなたが担当者でも見るんじゃないでしょうか？

僕はそういうメールならとりあえず読みます。

このメールテンプレートは、今の僕が出すならこういう文章を書くという感じで書きましたから、使えそうなところだけ使ってください。

100サイト調査のシートも、お客様に見せられないようなら別に見せなくていいです。調査したという事実だけを伝えて下さい。

これ、かなり訴求力あると思います。通常の営業メールみたいに、200件送って1件とかいう話にはならないと思う。少なくとも5%–10%くらいは何かしらの反応はもらえるんじゃないかなと。100件送れば5人から10人くらいは返事くれそうな気がします。

1週間で100件送る！と目標を決めたら、問い合わせフォームを見つけたところからどんどん送っていきましょう。

「送れるだけ送る」みたいな意識ではなく、例えば「100件を3日で送る」と期限と回数を決めてしまい、無心でそれだけやりましょう。

100件送って10件から返事が来ればめちゃくちゃ上等です。で、その10件のうち5件取れる。5件から5万円取れば25万、10万円取れば50万の売上です。

よく「何件送ればいいの？」と質問してくる方がいますが、「何件送れば？」ではないです。

売上目標月50万として、5%案件が取れると仮定します。そこで10万円のWEBサイトにするなら、100件送れば50万になりますよね。

じゃあとりあえず100件送ってみよう！となるわけです。で、送りながら、返信が来る率やCVを見ながら、「思ったより取れるから70件でいいや」とか、「思ったより取れないから200件送ることにしよう」とかで軌道修正ですね。

7. 10万円までの下剋上ロードマップ

専門分野を決める

- 自分の専門分野を決める。
- OO専門 WEBデザイナーで検索し、競合を調べる。
- クラウドソーシング「ランサーズ」「ココナラ」などで案件があるか調べる。

100サイト調査

- 100サイトをGoogle検索で1位から調査
- PASONAの項目で、それぞれ使われている魅力的なコピー・文章を抜粋していく

プロフィールを作る

- クラウドソーシングに出ている、自分の専門分野の案件に提案する。
- ココナラで、「OO専門WEBサイト制作」を登録する。
- 対面営業・メール営業を行う。

提案・受注

- 受注したら、PASONAの構成を踏襲しつつ、調査した100サイトで良いデザイン、良いコピー、良いページ構成などを参考に制作。お客様と相談しながら、競合サイトをうまくパクって組み上げる。

完成・納品

- お客様からOKをもらったら納品。

報酬ゲット

- 報酬をもらったあと、サイト運用や集客、継続案件についても営業をして、継続収入につなげる。
- ポートフォリオに実績を加える。自分のWEB制作LPを作る。

①専門分野を決める

「〇〇専門WEBサイト制作」などでGoogle検索し、競合調査はしっかりとしましょう。

競合がいても気にする必要はありません。むしろ競合がいるということは「需要がある」ということですから、その人のサイトを細かくチェックしましょう。

ここでも、どういう内容でサービス（メニュー）を提供しているか、制作料金の価格帯、キャッチコピー、文言、訴求文などを見ていきます。

あとは、その人なりの「強み」があると思いますので、そこもメモしていきましょう。例えば、地域性を打ち出して「会いに行ける」というところをメリットにしてたりですね。その「強み」をずらすだけで十分共存できます。

競合がまったくいない場合は「需要がない」か「ブルーオーシャン」のどちらかです。おそらくは前者で、専門分野を絞

りすぎている可能性が高いので、テーマの選定をやり直してみましよう。

次にランサーズ、クラウドワークスなどで、あなたの分野の依頼案件が出ているかを調べます。あったらその分野にすぐに参入できますので、その要件をしっかりとメモ・リサーチしておきましょう。

②100サイト調査

あなたが戦うための「武器」の作成開始です。3日程度しっかりやれば十分な情報は集まるでしょう。

③プロフィールを作る

ランサーズやクラウドワークスで、自分の専門分野のサイト制作の案件があるか調べていきます。あれば、テンプレートを使ってじゃんじゃん提案していきましょう。1つ出すだけじゃなく、できそうなものはどんどん提案します。数を打てば打つほど打率は上がります。

同時に「ココナラ」などで、「〇〇専門WEB制作」の案件を作って出品しておきます。ここでも自分の「武器」を存分にアピールしましょう。

自分のポートフォリオサイトなどを作ってもいいですが、自分のWEBサイトだけで集客するのは最初は難しいです。SNSでうまく取れる場合もあるけど、「自分のサイトを持っていない見込み客」はあまりSNS上にはいないでしょう。なので、案件が取れてから徐々に作っていきましょう。

また、オンラインではなくオフラインで集客するほうが早い場合も多いです。そう、対面営業です。

地方行政がやっている起業セミナー、起業塾などに行って名刺を配っていくと、あなたが初心者とか関係なく、すぐに「すごい、ホームページ作れるの？うちのを作ってよ」と言われる可能性すらあります。

メール営業もぜひチャレンジしてみましよう。迷惑にならない名指しのオファーであれば、響く人には必ず読んでもらえます。

④提案・受注

受注したら、お客様の要望を聞きながら作っていきます。自分で100サイト調査したのを見ながら、文章やパーツ、構成のいいところどりをして組み上げていきましょう。

お客様が、制作から積極的に関わるようなタイプであれば、100サイトのデータを見せて打ち合わせしながら作ってもいいと思います。

ゼロから作るのではなく、既存のサイトをベースにパクリながら作れるので、非常に工数が少なくできるはずです。

⑤完成・納品

完成したら納品します。お客様も満足するサイトができるでしょう。

⑥報酬ゲット

これであなたは初報酬と、初実績達成となります。実績をしっかりと自分のポートフォリオに記載しましょう。

また100サイトのデータを使って次の営業をかけるのもよし、別の「専門分野」の100サイト調査を行って開拓するのも良しです！

100サイト調査のところで紹介した、「整体院専門WEB制作」をそっくりコピーして「WEB制作用LP」を別途作るのもいいです。

そこに制作したサイトを「制作実績」として載せていくと、徐々にWEBから（検索エンジンから）も、何の営業もせずに案件が舞い込んできます。

ここまでくれば、あなたは今後も、立派なプロWEBデザイナーとして大きく稼いでいけることでしょう。

6. おわりに。

さて、このノウハウは以上となります。

あなたはもう、初心者でスキルが足りなくても、自信を持ってお客様から仕事を取るマインドが整ったかと思います。

とりあえず今回のノウハウを活かし、仕事を取りながら、あなたの主力武器である「WEB デザインのスキル、センス」を磨いていきましょう。

仕事をとったあとも、調査した 100 サイトの競合他社データはものすごく役に立ちます。「ここはこのサイトを参考にしましょう」とか、「このサイトのコピーをちょっと変えて使いましょう」とか、実際に運用されている競合他社を参考にし

て、いいところどりをしてクライアントのサイトを作ることができるからです。

何もない状態から作るより遥かに時短になりますし、クライアントとの打ち合わせも具体例があるためスムーズに進みます。認識の齟齬が起きにくくクライアントの満足度も高いし、デザインや構成を作るのもめっちゃくちゃ楽だと思います。

競合他社のいいところだけじゃんじゃんパクればいいんですから。

仕事をとりながら学ぶ。実戦 OJT です。当然ですが、実戦は練習より遥かにスキルアップしますよ。1 ヶ月の経験がスクールの 1 年分に相当するでしょう。

このノウハウで、もっとも大切なことを再度言います。

初心者フリーランスが仕事を取る上で必要なのは、「ハイエンドのITスキル」などではなく、「**お客様の事業の理解**」です。これに尽きます。

そこを武器にして戦えば、スキルが多少低くても、実績が弱くても、まず負けません。

僕はたまに「依頼側」として案件を出してるのですが、そこに提案してくるフリーランスの方々の中で、「顧客の事業の理解」を提案の根拠にしてる人はほとんどいません。

実績を取ってからもこのスタンスはずっと使えます。自分視点ではなく「お客様視点」です。

このノウハウを忠実に実践して、半年、1年もすれば、あなたはお客様から頼られ、尊敬され、一人前のWEBデザイナー

ーとして自信と自負を持つことができます。絶対に。

半年後の自分に期待して、頑張ってください！

■サポートについて

このノウハウにはサポートが付いています。

フリーランス WEB デザイナーとして分からないこと、相談したいことがありましたら、お気軽に僕の Twitter アカウト ([@hash666699](https://twitter.com/hash666699)) の DM にお知らせ下さい。

今までの 15 年の WEB 制作業界経験を活かし、一人でも多くの初心者 WEB デザイナーの悩み解決をしていけたらと思っています。

期限は特にありませんので、お気軽にご連絡下さい😊

■ポートフォリオの添削について

1回無料で対応。僕の添削のサンプルを下記に貼っておきます。

0. トップページを開いたときに受ける印象

ポートフォリオサイトとしては、イメージやコンセプトも良いと思います。清潔できれいで落ち着いているし、ターゲットの年齢層にも合致してるかと。強いて言えば「あなたの想いをかたちに」のコピーが弱いかなあ。ありきたりすぎるので尖らせたい。

1. ヘッダ固定メニュー

下部にスクロールするとメニューの色が背景と同化するので、あまり上部固定の意味がなくなってしまいます。せめてマウスオーバーのときにそのメニューに色がつくといいかなと思いました。

2. Service

上3段の縦幅が統一されてないのがもったいないですね。文字数を合わせるなりcssで固定するなりしたらいいと思います。

内容を言うと、サイト運営+SNS集客もできるよっていうとかなり訴求力が強まります。やっぱお客さんは「作った後にちゃんと集客できるか」ってところを気にするので。

「作ることが本当の目的じゃないですよ？作った後そのサイトを使って集客することが目的ですよ？大丈夫、そこもしっかりノウハウあります！」ということが伝わるといい。

3. ターゲットを絞って尖らせたほうがいい

最初の挨拶が弱いので、このままでは競合に埋もれます。同じようなWebデザイナーたくさんいるので、その中で「あえて■■■■さんを選ぶ理由」を大きく主張しましょう。

例えば「女性起業家の専属WEBディレクター/デザイナー」として専属契約中。すでに1名と契約してこんな実績が出ました、とか。

そういう実績がないなら、「■■■■の女性ターゲットのサイトを1年で数百サイト徹底研究しており、どんな言葉でどう訴求すれば売上をとれるかについて知り尽くしています」とか書く。

また、これに対してユーザーさんから感想をもらっています。

イチさんのフィードバックを読んで感動しました。

私は今までWebスクールに通っていましたが、メンターさんからのフィードバックはいつも技術的なことがほとんどでそれが当たり前だと思っていました。

でもイチさんに頂いたフィードバックは技術的なことだけでなく、個人で活動していく私がどうしたら他の競合に勝てるのか、本当にお客様に選ばれるためにどうしたら良いのかを具体的に授けてくださいました。

私が本当に欲しいアドバイスだったのです。プロとして現場の経験があり、お客様とのやりとりを経験された方にしか成しえないアドバイスだと思いました。

もし添削がご希望でしたら、その旨を僕の Twitter の DM までお伝え下さい。こちらも期限は特にありません。

購入者限定 LINE へのご招待

下記アンケートにお答え下さい。(事情があって引用 RT ができない方は、DM にてその旨ご連絡下さい)

毎日配信する【購入者限定 LINE】にご招待します。

ご参加いただいた方には、『実店舗のための SNS 集客』というテキスト、「【完全ロジック型】年収 1000 万 WEB デザイナーになるための方程式」という動画コンテンツをプレゼントします。

あとは購入者限定 LINE の過去の記事がすべて検索して見られ、業務委託契約書、お客様にお渡しするヒアリングシートのテンプレートなども手に入る「WEB デザイナーのためのナレッジベース（知識／ノウハウデータベース）」をお届けします。

フリーランス WEB デザイナーとしてライバルに差をつけるため知っておくべきノウハウを、惜しみなく配信していきます。

現在昼 1 2 時に毎日発信していますので、ぜひ読んでみて下

さい。

【アンケート】

1. 分かりづらい点があったら
2. 上位版を読んで、イチに期待することがあったら
3. 読んだ感想

コピーして内容を埋めて、僕の Twitter の DM までお送り下さい。引用 RT を忘れずに！

内容を確認次第、購入者限定 LINE への招待リンクを送らせていただきます。

では、次は限定 LINE でお会いしましょう！

今後ともよろしくお願いいたします。

文責・著作権：イチ ([@hash666699](#))

アトリエリッシュ 2021 発行