



ウィニングフィールド 営業戦略および営業フローマニュアル 2021年8月改訂 Ver.1.1



COMPANY PROFILE



- 会社名
株式会社ウィニングフィールド
- 所在地
神奈川県鎌倉市御成町11-2 ヤノヤビル2F
- 代表取締役
勝原 潤
- 従業員数
18名（アルバイト・パート含む）
- 資本金
3,000,000円
- 事業内容
Web広告運用代行業業
Webコンサルティング事業
セミナー & 講座事業
コンテンツ販売、イベント運営、メディア運営等



- サービス概要
リスティング広告運用代行
SNS広告運用代行
フェイスブック広告運用代行
ツイッター広告運用代行
インスタグラム広告運用代行
動画制作、動画広告運用代行
LINE広告運用代行
TikTok広告運用代行
Webコンサルティングサービス
サイト制作、LPO施策
SEO対策
SEOコンサルティング



WFの営業戦略の共有事項

WFの営業としての概念と対応領域

WFの提供サービスとマネタイズポイント

インバウンド・インサイドセールス対応フロー（商談まで）

アウトバウンド営業フロー（商談まで）

商談前～商談時のヒアリングについて

追客～契約締結まで

Web広告運用代行サービスを受注した際のフロー

制作案件を受注した際のフロー

タイムマネジメント、タイムハックについて

通常インセンティブ、特別インセンティブについて

教育、研修、リフレッシュ、査定制度

我々が今後身につけなければいけない領域

WFの営業戦略の共有事項

WFが同サービス、同市場で営業を行う上で知っておくべきこと

◆事業概要、主要顧客層

中小企業、物販通販事業主、店舗運営者や士業、講師業、個人事業主を対象としたWebマーケティング支援を行っている。

主にWeb広告の運用代行事業やWebコンサルティングサービス、その他、Webマーケティングを教える講座や動画コンテンツ販売、メディア運営などの事業

◆業界背景

現在、広告業界ではテレビ、新聞、ラジオ、雑誌などへの広告出稿額が年々減っており、代わりにWeb広告市場が年々拡大してきている背景がある。

コロナ禍により、商圏が限られた店舗ビジネスなどを行っている事業主は店舗への集客が時勢的に厳しく、広告出稿を控えているところもあれば、オンラインサービスや物販事業者は逆に広告費を増額し、販促活動に力を入れているところもあり、業種、業態によって明暗が分かれている、

◆経営指針と課題

日本経済を支える中心である中小企業のオンラインにおける販促力を高める支援をしていきたい。

これからますますオンラインでの売上を上げていきたい事業主が増える中、まだまだWebに対してのリテラシー乏しく、予算があまりない取れない事業主がたくさん存在しており、それぞれにあった支援やサービス、サポートを提供することによって自社の売上向上および日本経済の向上に繋がるものと捉えている。

◆【売上・粗利益の多い商品】 (2020年4月～2021年3月期)

・売上総額が多い順 1. Webマーケティング講座 (継続料含む) 2. Web広告運用代行 (および制作) 3. 動画コンテンツ販売、他

・粗利益総額が多い順 1. Webマーケティング講座 (継続料含む) 2. 動画コンテンツ販売、他 3. Web広告運用代行 (および制作)

◆市場（商圈）の動向・特性

コロナ禍においても**弊社のビジネスの対象者がtoBとtoCで分かれる。**

toBで商圈が限られている店舗ビジネス以外の業種（中小企業、物販通販事業主、士業、講師業、個人事業主等）においてはWeb広告にかける費用が伸びている。それだけWeb広告に投下すれば費用対効果が伸びる状態となっている。

店舗ビジネス事業者は単にお店に顧客を集めることだけではなく、独自のオンラインサービスの構築やテイクアウトの告知などをいかにするかということ
でしっかりと準備できて施策が打てているところはこの有事でも生き残っている。

toCにおいてもこの有事に在宅で過ごす時間が多くなってきて今のうちに手に職やスキルの習得を行い、転職や独立・フリーランスに有利になれるよう、自己投資のためにWebマーケティングに関する自己学習の為に
動画コンテンツや講座、セミナーを受けられる方々が増えた。

◆顧客ニーズ

toBにおいては事業の規模やフェーズにおいて大きく4つのニーズが存在している。

1. 事業主が常に忙しいので**Web広告運用業務を依頼したい**（**販促活動を業務委託、アウトソースしたい**）
2. 事業主が自社（自身）でWeb広告運用を行い成果を伸ばしたいので**自社にあったコンサルティングしてほしい**
（**事業のオンライン施策のディレクションやインハウス支援**）
3. 実際に**講座形式**で他の方々と一緒に**Webマーケティングや広告運用の仕方を学び、自社の事業の販促に活かしていく**
4. 事業規模がそこまで大きくなく、個人事業主の場合は予算があまりないので、**動画コンテンツを購入したり、単発のセミナーやワーク講座を受講し、理解を深め独学で自身に事業に活かす**

です。toCにおいてはニーズが決まっており

1. **自身の働いている業種から転職、独立して収入・収益を上げたい**

です。そのためにWebマーケティングを独学で学ぶために動画コンテンツを視聴したり、セミナーや講座を受講し、自身の知識補強やスキルの習得を行っている。

平時においては上記ニーズが存在しているが、有事（コロナの影響下）ではtoBでは3.と4.のニーズが伸び、toCにおいてもよりニーズが増えてきている。

◆競合他社

平時ではWeb広告運用代行会社は企業から広告の運用代行を行うことで手数料をもらう事業を行っていたが、**コロナの影響で業種によっては広告費を抑えたり、出稿を取りやめたりなどし始めた。**

さらに事業主が自社でもWeb広告運用を始めた背景から現在ではWeb広告運用代行会社は同じく、事業主が自社でも広告運用ができるように**コンサルティングを行い始めたり、Web広告運用を教える講座などを始めている。**

◆当社の強み

上述した他社のWeb広告の運用代行会社と違い、弊社では早くから事業主の様々なニーズに応えられるようなサービスを提供してきている。

さらに5Gが始まることで**動画での情報発信により力を入れており**動画コンテンツやYouTubeでの発信で潜在顧客の取り込みから見込顧客の教育フェーズを作り、顧客化していくようなフローをしっかりと設計している部分。

コロナ禍において、在宅人口が増えて益々オンラインでのコミュニケーションや情報収集が増えてくるので、動画コンテンツや情報発信だけでなく、**『働きがい』や『生きがい』が作れるような湘南発のWebマーケティングを軸としたメディアの構築**も行っており、そちらで様々な事業主や個人を取り上げつつ、媒体としての信用信頼性を高め顧客化を行っている。

◆今後の課題

内部課題としては**人材不足によるクライアントのニーズやスピードに対応できない状態**となっていること。

完全なクラウドワーカーだとオンラインだけのコミュニケーションとなり、軸の共有が取れず、自社のサービスの提供における対応領域などにズレが生じている。

また求人を行ってもほとんどが未経験者ということもあり一から教える人材教育に時間が取れられている。

自社の講座事業においてもWebマーケティング経験者がまだまだ少ないため、サービスを受けたいニーズに対して提供できる教えられる人材が不足している。

外部要因としてどこも同じようなサービス提供を始めているので、**差別化・優位性をうまく発信しなければ顧客獲得に繋がりがづらくなってきている点。**

◆経営方針

スタッフ、クライアントともに『オンライン』と「オフライン（対面）」のコミュニケーションを取り、軸を共有し、自社のノウハウや対応領域を共有し、クライアントのニーズに応え一緒に事業成長していくことを目指す。

◆今後のプラン

上記の経営方針を受けて、以下の通りアクションプランを実行していく予定。

1. 引き続き求人を行いながら自社の研修教育フローをしっかりと固める
2. **コロナ禍におけるクライアントニーズをリサーチしサービス提供の為の営業活動を強化していく**
3. 今後も自社メディア構築を進め、**自社の広報活動やブランディング、プロモーション活動を強化していく**
4. コロナ禍が長引いたとしてもオンラインで完結できるコンテンツ販売やオンラインでの商談、オンラインでの業務やコミュニケーションができるよう契約書や資料などを準備する

WFの営業戦略の共有事項

■WFの会社としての業界内の立ち位置

Web広告の運用代行の会社としては後発組、Webマーケティングの会社としても小規模クライアントに対してのソリューションとしてはそこまで強みがない

■WFの営業目的

新規顧客開拓（制作受注、運用代行、Webコンサル、紹介など）他社からリプレース（乗り換え）されない地元の繋がりから強化し、長く付き合えるクライアントを増やしていく。
WFまたはウェマー!!のファンになってもらう

■WFの営業大義

同じ湘南・鎌倉界隈の事業主から共に事業成長していく。もっと湘南・鎌倉の地域性の良さを発信していく日本の中小企業のオンラインにおける販促支援または販促力を付けてもらい、ともに成長していける未来を創る

■湘南界隈の事業主（背景）について

中小規模の事業が多く、業種、業態にもよるが年商1～50億円以下規模母数がそもそも少ないのでしっかりとした個別の業種、業態または個別の企業に対しての『**企画提案営業**』が必要となる

■アプローチすべき業種、業態について

住宅系（注文住宅、住宅リフォーム、不動産など）、移住支援、求人系の会社、ホテル&観光業冠婚葬祭事業、飲食店、フィットネス系、市町村行政機関、ライフスタイル雑貨（自転車、サーフショップ等）ペット事業、アウトドア用品など

※飲食店など単価が安く、リピートが見えづらい業種は運用代行提案は向かない。それよりはYouTubeコミュニティ（月額1万円）の営業などが向いている（少額のサブスクモデルでの収益化が向いている）

弊社提供サービス（マネタイズポイント）

弊社提供サービス（マネタイズポイント）

【クライアントワーク】

- ・ 広告運用代行サービス（リスティング広告、SNS広告等） ※月の広告費が50万円以下の場合運用手数料一律10万円～
※LINE広告、TikTok広告も受けることが可能 月の広告費が50万円以上の場合は消化した広告費の20%が手数料
3ヶ月以上からの契約
- ・ Webコンサルティングサービス（月額顧問契約） ※月額顧問料20～40万円 クライアントの目的や工数次第
- ・ Webコンサルティング（スポットコンサルティング） ※スポットで5～15万円 内容、時間による
- ・ 各Webマーケティング講座 ※57～92万円（3ヶ月、6ヶ月）他、29万円（2ヶ月）
（コンバジヨニスタ、FB Ads Pro、Listing Ads Pro、マーケティングライター）
- ・ ジョイント講座提案（デザイン会社、士業、転職系の会社等） ※15～30万円（3ヶ月）
- ・ 制作系の受注（LP制作、動画クリエイティブ等） ※25～40万円（LP1本～）

【toCも含む】

- ・ オンラインサロン（コンバジヨニスタ継続会員、ウェマー!!） ※月額1万円、月額3万円
- ・ Udemmy動画コンテンツ ※1,400～24,000円 Udemmyのキャンペーン販売によって価格が変動

WFの営業としての概念と対応領域

■WFの営業としての概念と対応領域

営業、ディレクター、広告運用と包括的なWebマーケティングのリテラシーを備えたソリューション提案『業者』という立ち位置ではなく、『ビジネスパートナーまたは顧問、先生』になるべき
そのためにやるべきことはコンサルティング領域まで踏み込む必要がある

■WFの新規顧客獲得営業 業務内容

- ・インサイドセールス（通常問い合わせ、講座問い合わせ、一括.jp） ※インバウンド
- ・異業種交流会、勉強会、コミュニティ営業、ランサース、クラウドワークス、黒船などのサイト営業 ※アウトバウンド
- ・企画提案営業（取材、インタビュー切り口営業またはYouTubeモニター出演営業） ※アウトバウンド

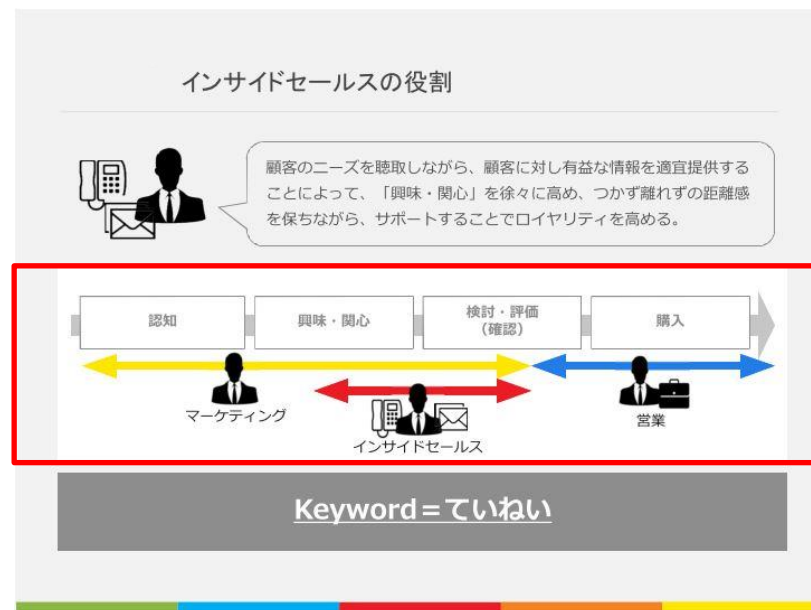
インサイドセールスとは？

「インサイドセールス」とは、電話やメールなどの非対面チャンネルを活用して顧客とコミュニケーションを重ね、関係構築を図る営業手法のこと。
これに対して、顧客のオフィスを訪問し、面談のうえで行う営業活動を「フィールドセールス」と呼ぶ。

1. メールまたは電話にて先方とオンラインの商談を行う。

※会社のZoomリンク（有料版2つアカウントあり）を用いるか、使用されている場合は「wf.～」のメールアドレスにて個別のアカウント（無料版）を使用してもらう

2. 1to1（マンツーマンの商談）を行う。



**WFの広告運用（マーケター）と営業（プランナー）の対応領域は
広告配信～インサイドセールス～既存営業フォローまで**

インバウンド・インサイドセールス 対応フロー（商談まで）

インサイドセールス対応フロー（商談まで）

■インサイドセールス

・通常問い合わせの場合

メールのタイトルで「ウィニングフィールド 無料相談のお申し込みを承りました（管理者用）」というものが送られてきます。こちらはWFの様々なLPや問い合わせフォームから詳細が送られてきます。

以下のようなメール文で送られてきます。

例)

●●●●様

このたびは弊社に
お問い合わせいただきましてありがとうございます。

後ほど担当者よりご連絡さし上げますので
今しばらくお待ちください。

【御社名】
株式会社●●●●

【お名前】
●●●

【お電話番号】
09012345678

【メールアドレス】
1234wf@wfkamakura.com

【内容】
まずは詳しい説明が聞きたい

グーグルの広告代理店を探しています。

■インサイドセールス

- ・通常問い合わせに対して返信する内容は以下（必ず返信時にccに『wfield0724@gmail.com』を入れる）

例)

●●●●様

お世話になっております。

私、株式会社ウィニングフィールドの●●と申します。
このたびはお問合せ誠にありがとうございました。

つきましては一度、どのような案件で
こういった販促手段で行っていくべきかなど
オンライン（Zoom）にてお打ち合わせなどは可能でしょうか？

問題なければ恐れ入りますが先行で
以下スケジュールを送らせて頂きましたので
ご都合の合う日時など教えて頂けると幸いです。

4/6（火）14～18時
4/8（木）14～18時
4/9（金）10～12時、15～18時
4/12（月）14～15時半、16時半～18時
4/13（火）10～14時

です。ご連絡お待ちしております！

□□++-----WinningField—
株式会社ウィニングフィールド
マーケティング部 ●●●●

HP（コーポレートサイト）
<https://winningfield.net>

リスティング運用代行サービス
<https://winningfield.net/ad-listing>

SNS広告運用代行サービス
<https://winningfield.net/ad-sns>

集客力アップのためのWebコンサルティング
<https://winningfield.net/consulting-lp/>

成約率の高いLP（ランディングページ）制作
<https://winningfield.net/adlp/>

動画解説付き！5日間で学べる
Webマーケティングのメールセミナー
<https://winningfield.net/mail-magazine/>

動画コンテンツ「Webマーケティングの教室」
https://winningfield.net/m_contents/

Webマーケティング学びの場「ウェマー！」
<https://wemar.jp/>

〒248-0012 神奈川県鎌倉市御成町11-2 ヤノヤビル2F
HP : <https://winningfield.net/>
Mail : info@winningfield.net

-----++□□

インサイドセールス対応フロー（商談まで）

■インサイドセールス

・講座問い合わせの場合

メールのタイトルで「コンバジヨニスタベーシック | お問い合わせ・無料カウンセリング（管理者用）」というものが送られてきます。こちらはWFの講座LPから詳細が送られてきます。

以下のようなメール文で送られてきます。

例)

●●●●様

この度は、株式会社ウィニングフィールドが提供する「コンバジヨニスタベーシック（アドバンス）」へのお問い合わせ、誠にありがとうございます。

以下の通り、お問い合わせを受け付けいたしました。
後日、担当のコンサルタントよりご連絡させていただきます。

お名前：●●●●
メールアドレス：1234wf@wfkamakura.com
お電話番号：09012345678
ご年齢：20～25歳
お問い合わせ内容：無料カウンセリング
内容：●●●●●●●●

【無料カウンセリングご希望日】

第一候補：1月1日
第二候補：1月1日
第三候補：1月1日

それでは、●●●●様にお会いできることを弊社一同心より楽しみにしております。
何卒、宜しくお願い申し上げます。

■インサイドセールス

- ・講座問い合わせに対して返信する内容は以下（必ず返信時にccに『wfield0724@gmail.com』を入れる）

例)

●●●●様

お世話になっております。
私、ウィニングフィールドの勝原と申します。
このたびはお問合せ誠にありがとうございました。

このたびは無料カウンセリングの
ご連絡ありがとうございました。

>第二候補：4月30日

30（金）の12～13時の間

であれば30分ほどオンラインにて（Zoom）
にて簡易無料相談のご都合いかがでしょうか？

また、以下は事前のご説明となります。
弊社がご提供するWeb広告運用&Webマーケティングの講座
「コンパジョニスタ」は現在、2コースが存在しております。

- ・コンパジョニスタベーシック
- ・コンパジョニスタアドバンス

まずコンパジョニスタベーシックは
これから独立、起業したい、
またはクライアントワークとして
広告運用代行事業を始めたい人向けに
クライアント獲得の仕方から
その獲得したクライアントの広告運用を
一緒に行うコースとなっております。

コンパジョニスタベーシック
https://winningfield.net/cvnista_basic02/

コンパジョニスタアドバンスですが
こちらはすでに商品やサービス、
店舗やコンテンツなどを持たれている方向けの
コースとなっております、
すぐにLP制作（持たれている場合は省く）
そして広告運用の設定を行い、
一緒に広告運用を見ていくコースとなっております。

コンパジョニスタアドバンス
https://winningfield.net/cvnista_ad02/

取り急ぎ弊社の講座で実績を出していた方々の
インタビューを行った映像もありますので
よろしければご視聴頂けたら幸いです！

受講者の声（松井さんインタビュー）
⇒ https://youtu.be/Z0sd_3ktCKI

受講生の声（三村さんインタビュー）
⇒ https://youtu.be/IV_WPITPtow

企業に勤めながら実績を出された人のインタビュー動画
<https://youtu.be/SM9B3o0wAiA>

そのほか、、、

受講生対談1
アフィリエイトで月1億円達成した受講生
<https://winning-field.net/free-style/movie/nakagawa/>

受講生対談2
自社商品のペットサプリを販売した女性
<https://winning-field.net/free-style/movie/matsuda/>

受講生対談3
競合ひしめく商圏の整体院で成果を出した方
<https://winning-field.net/free-style/movie/yukikata/>

となっております。

日時など大丈夫そうであれば
何卒ご返信お待ちしております！

□□++-----WinngField---
株式会社ウィニングフィールド
代表取締役 勝原 潤

HP（コーポレートサイト）
<https://winningfield.net>

リスティング運用代行サービス
<https://winningfield.net/ad-listing>

SNS広告運用代行サービス
<https://winningfield.net/ad-sns>

集客力アップのためのWebコンサルティング
<https://winningfield.net/consulting/lp/>

成約率の高いLP（ランディングページ）制作
<https://winningfield.net/adlp/>

動画解説付き！5日間で学べる
Webマーケティングのメールセミナー
<https://winningfield.net/mail-magazine/>

動画コンテンツ「Webマーケティングの教室」
https://winningfield.net/m_contents/

Webマーケティング学びの場「ウェマー！」
<https://wemar.jp/>

〒248-0012 神奈川県鎌倉市御成町11-2 ヤノヤビル2F
HP : <https://winningfield.net/>
Mail : info@winningfield.net

-----++□□

無料カウンセリングを行っている動画があるのでチェック

インサイドセールス対応フロー（商談まで）

■インサイドセールス

・一括.jp経由の問い合わせの場合

一括.jpとは営業代行の会社からの通知となります。1件の通知に対して1万円の営業代行費を支払っているため、何が何でも追客（メールおよび電話）を行ってもらえたらと思います。基本的には一括.jpに登録している運用代行会社とのアイミツになります。

以下のようなメール文で送られてきます。

例)

[一括.jp]リスティング代行（モバイル代行など）のお問合せがありました

株式会社ウィニングフィールド 様

お客様から新規のお問合せが来ております。
下記のURLからログインして、
内容をご確認の程、何卒宜しくお願い致します。

<http://www.ikkatsu.jp/user/login.php>

問題等ございましたら、
下記連絡先までご連絡お願いいたします。

株式会社 doubLe
東京都新宿区西新宿1-22-15 グラフィオ西新宿13F
tel : 03-6302-0410
info@ikkatsu.jp

インサイドセールス対応フロー（商談まで）

■インサイドセールス（必ず返信時にccに『wfield0724@gmail.com』を入れる）

・一括.jp経由の問い合わせの場合

◆一括.JPログイン情報

<http://www.ikkatsu.jp/user/login.php>

- ・リスティング代行
ID：LTG0138
PW：winning
- ・モバイル広告
ID：MOB0066
PW：winning
- ・Facebook広告
ID：FBK0020
PW：winning
- ・動画広告
ID：VAD0017
PW：winning

一括.jp 管理画面



MEMBERS ONLY

USERNAME

PASSWORD

> ログイン

double co.ltd

■インサイドセールス

一括.jp経由の問い合わせに対して返信する内容は以下（必ず返信時にccに『wfield0724@gmail.com』を入れる）

例)

【一括jpよりご連絡受けました】ウィニングフィールド勝原です

●●●●様

お世話になっております。
私、ウィニングフィールドの勝原と申します。
この度「一括jp」よりご連絡を受けまして
ご連絡させて頂きました。

弊社はWeb広告運用代行業務を含む、
Webマーケティング全般の施策立案や
Webコンサルティング事業を行なっている会社です。

弊社では●●●の転職支援の広告運用など
実績や経験がございます。

つきましては今回の広告運用に関します内容を
オンラインでお打ち合わせ時に
諸々ヒアリングさせて頂き、最適なご提案を出来ればと思いますので、
来週以降でご都合のよろしい日程を
第5候補ほどご教示頂けますと幸いです。

ご連絡心よりお待ちしております。

□□++-----WinngField—
株式会社ウィニングフィールド
代表取締役 勝原 潤

HP（コーポレートサイト）
<https://winningfield.net>

リスティング広告運用代行サービス
<https://winningfield.net/ad-listing>

SNS広告運用代行サービス
<https://winningfield.net/ad-sns>

集客力アップのためのWebコンサルティング
<https://winningfield.net/consulting/lp/>

成約率の高いLP（ランディングページ）制作
<https://winningfield.net/adlp/>

動画解説付き！5日間で学べる
Webマーケティングのメールセミナー
<https://winningfield.net/mail-magazine/>

動画コンテンツ「Webマーケティングの教室」
https://winningfield.net/m_contents/

Webマーケティングで働き方と生き方を
楽しくするメディア「ウェマー!!」
<https://wemar.jp/>

〒248-0012
神奈川県鎌倉市御成町11-2 ヤノヤビル2F
HP : <https://winningfield.net/>
Mail : info@winningfield.net

-----++□□

アウトバウンド営業フロー（商談まで）

アウトバウンド営業フロー（商談まで）

■異業種交流会、勉強会、コミュニティ営業、ランサーズ、クラウドワークス、黒船などのサイト営業

※アウトバウンド

独立、フリーランスとして経験値や実績がない場合のアプローチ方法であればWFの講座（コンバジョニスタベシ
ック）にてある程度のマインドやノウハウなどを教えているが、WFとしての新規営業となるとある程度の経験と実
績を押しても問題はありません。

しかしながら、変わらず「異業種交流会」や「勉強会」「コミュニティ」内でのセールスは嫌がられますので
基本的には友人、知人や仲間作りのスタンスで参加するのをおすすめします。（経費はWFが持ちます）

同じく「ランサーズ」「クラウドワークス」「黒船」や「ココナラ」等、クラウドワーカーから仕事を
受注するやり方としては人柄や誠実さというよりは実績や経験などで見られることがあるので
スピード感をもってどんどんアタックをかけていった方が受注に繋がりがやすくなります。

（受注し、広告費によっては営業&運用インセンティブがつきます）

◆クラウドワークス

<https://crowdworks.jp/>
info@winningfield.net
ss52510ss

◆ランサーズ

<https://www.lancers.jp/>
info@winningfield.net
ss52510ss

アウトバウンド営業フロー（商談まで）

■異業種交流会、勉強会、コミュニティ営業、ランサーズ、クラウドワークス、黒船などのサイト営業
※アウトバウンド

【参考にしてもらいたい記事、動画】

ID: winningfield

PW: sNSz12U9G41

ベーシック認証：cvnsta

代理店が嫌がるクライアント、我々が追うべきクライアント

<http://cvnista.com/dairiten-criants/>

赴くべき場所（オンライン、オフライン）

<http://cvnista.com/online-place/>

どういったスタンスで会話をすべきか？

<http://cvnista.com/talk/>

相手の懐に入る切り口（制作切り口、ヒートマップ切り口）

<http://cvnista.com/talk-2/>

追撃の一手（3C分析シート、シミュレーションシート）

<http://cvnista.com/talk3/>

広告運用代行事業のモデル（手数料、アカウント、オペレーション等）

<http://cvnista.com/model/>

長く太くクライアントと付き合っていくには？

<http://cvnista.com/long-relationship/>

webマーケターがクライアント獲得するキラーフレーズ3選

<https://youtu.be/Dxa4gLLvF6I>

アウトバウンド営業フロー（商談まで）

■企画提案営業（取材、インタビュー切り口営業またはYouTubeモニター出演営業） ※アウトバウンド

基本的にはメディアを活用した企画提案営業となります。オウンドメディアウェマー!! またはYouTubeチャンネルやYouTubeコンサルのモニターになりませんか? 的なアプローチです。

オウンドメディアウェマー!! に関しての現在の立ち位置やブランド価値などは別紙で説明するのでスケールメリットやブランドメリットなどの提案は現状は厳しいので付加価値としておまけでお付ける、くらいがいいかと思います。

企画の立案や営業戦略に関しては毎週水曜日の新規営業MTG時に挙がっている企画書などを参考に立案していく

【場所や施設を取り上げる風の記事アプローチ】

サウナシュラン2020選出! 注目の湘南・茅ヶ崎「8HOTEL CHAGASAKI」であなたも”ととのえ”てみませんか
<https://wemar.jp/10828/>

【0円IT留学スタート】Webマーケティング初心者の参加者を海に見えるプールでインタビューしました!
<https://wemar.jp/11582/>

鎌倉発! 0円IT留学生たちがバケーションレンタルでウェルカムパーティー♪
<https://wemar.jp/11625/>

【経営者、事業主にフォーカスを当ててウェマー!! およびWFの存在をアピールしつつアプローチする方法】

そうだ! 海で聞こう! 湘南で働く社長はウェットスーツの付き合いで本音を引き出す
<https://wemar.jp/10607/>

鎌倉なら人力車で聞くしかない! 湘南・鎌倉Webコンサルティング会社
「(株)ウィニングフィールド」ってどんな会社! ?
<https://wemar.jp/9052/>

記事と営業を絡ませる上での考え方

【4つの視点が入っているかどうか？】

1. ユーザーメリット（記事として面白いかな？）
2. Webマーケティング視点
3. 取材（インタビュー）される側のメリット
4. WFの営業戦略

◆経営者インタビュー

社長のサーフボード持ちます（社長の釣り竿持ちます、社長のランニングシューズ持ちます、社長のワンコ散歩に連れていきます）社長 on the 人力車

1. ユーザーメリット（記事として面白いかな？）
◎（ありえない場所でのインタビューと面白やりとり）

2. Webマーケティング視点
△（この辺の施策を掘り下げる必要がある）

3. 取材（インタビュー）される側のメリット
△（何か特典や付加価値を作る必要あり）

→ 取材協力費を払えない代わりにリスティング広告（またはSNS広告）
月3万円分無料プレゼント → 効果が出てそのまま続けたい場合は有料出稿提案

→ YouTubeコンサルティング 無料1ヶ月

4. WFの営業戦略
○（オウンドメディアウェマー!! の存在認知とWFの存在認知につながる）

受注見込：Web広告運用代行、顧客紹介、制作系、コンサルティングなど

記事と営業を絡ませる上での考え方

◆湘南のお宅訪問

『こんなライフスタイルに憧れる！湘南ステキなお宅訪問』

1. ユーザーメリット（記事として面白いか？）

○（湘南のステキなライフスタイルが垣間見れる）

→ お宅の写真などを掲載、近くの見どころスポット詳細なども掲載？

2. Webマーケティング視点

○（注文住宅や住宅リフォーム会社のWebマーケティングを掘り下げる）

→ どのように集客や顧客獲得をしているのか？

→ 類似サイトあるのかどうか？

3. 取材（インタビュー）される側のメリット

△（何か特典や付加価値を作る必要あり）

→ 取材協力費を払えない代わりにリスティング広告（またはSNS広告）
月3万円分無料プレゼント → 効果が出てそのまま続けたい場合は有料出稿提案

→ YouTubeコンサルティング 無料1ヶ月

4. WFの営業戦略

○（オウンドメディアウェマー!! の存在認知とWFの存在認知につながる）

受注見込：Web広告運用代行、顧客紹介、制作系、コンサルティングなど

記事と営業を絡ませる上での考え方

◆恋愛×マーケティング

『彼女すらいない僕がマーケティングという魔法を使って彼女&奥さんができるまで』

1. ユーザーメリット（記事として面白いかな？）

○（成長ストーリーによってファンを付けられる）

2. Webマーケティング視点

○（Webマーケティングの概念を取り入れて成功に持っていく）

3. 取材（インタビュー）される側のメリット

1話1話でアイテムを紹介？アプリ？グッズ？美容整形？

△（何か特典や付加価値を作る必要あり）

→ 取材協力費を払えない代わりにリスティング広告（またはSNS広告）

月3万円分無料プレゼント → 効果が出てそのまま続けたい場合は有料出稿提案

→ YouTubeコンサルティング 無料1ヶ月

4. WFの営業戦略

○（オウンドメディアウェマー!! の存在認知とWFの存在認知につながる）

マネタイズポイント：取材先の新規顧客の開拓等

アウトバウンド営業フロー（商談まで）

■WFの新規営業アプローチ方法

1. メールまたは電話にて取材切り口でアプローチ
2. オンラインの打ち合わせにて趣旨説明、企画の相談とすり合わせ
3. 素材をもらい、ライターに投げる、または必要に応じて取材（対面またはオンライン）を行う
4. 記事アップ後、先方確認し、公開する

新規のクライアントとのお付き合いは『**媒体からの取材アプローチ**』からにしておく

一度、関係値を築けば何かキャンペーン案内やコミュニティ案内、YouTube出演、その他の相談などがしやすくなるため

■WFの営業としてやるべきこと

各業種や事業ごとにリストアップし、それぞれの業種、業態にあった企画を立案、その簡易企画書をもとに、メールまたは電話で上記手段でアプローチしていく。**媒体のスケールメリットやサービスメリットは湘南界隈の事業主には響かない（ハマらない）**。大義と想いを全面に出して一緒に成長していければ押しでアプローチすべき

■WFの営業の課題点

人的リソース不足（専任不在）、媒体認知度が低い（ブランディング不足）、記事サンプル不足
効果やベネフィットが謳えていない、企業認知が低い、提案がわかりづらいなど

商談前～商談時のヒアリングについて

商談前～商談時のヒアリングについて

■商談前にやっておくべきこと

- ・会社のHPの確認、サービスや商品のLPの有無、内容の確認
- ・問い合わせに書かれていたことや事前に共有してもらったことの確認
- ・業界についての軽いリサーチやサービス & コンテンツの競合リサーチ
- ・できれば決算月も把握しておく

■商談時に話すべき項目、対応すべきことは以下

- ・ヒアリング
(今まで行った施策実施内容、費用、期間など)
- ・さらっと聞いた上で現状の問題点の確認、指摘をする
- ・一般的な改善提案を伝える
- ・弊社であればどうするか？ (どう解決してあげられるのか？サービスの御提案)
- ・見積書と納期を後日提出 (翌日が望ましい)
- ・バジェット (予算) が多いクライアントでどうしても契約したい場合は
3C分析シート、パフォーマンスシュミレーションなど提出
(ヒートマップ解析でも可)
- ・実施の流れの説明 (メールなどで説明)

商談前～商談時のヒアリングについて

■補足（先方の担当者について）

先方の担当者のキャラクターやリテラシー具合にもよるが、そもそも業者扱いしてくる方やムスツとしている担当者には【**現状の問題点の指摘**】を『**痛烈**』に行うことで割と提案が聞いてもらえる状態になって頂き、目の色が変わります。（自身に実績、経験がない場合は諸刃の剣）

この『痛烈に』というのは何もボロカスに批判しろ、という訳ではなく、ヒアリング後に

- ・なぜそのやり方だとダメなのか？
- ・このままだとどうなるのか？
- ・ではどうすべきなのか？

をしっかりとセットで行う必要があります。

割と多い相談が広告運用施策や費用感が問題だったのではなく、**Webマーケティングにおける【導線設計の描き方】**が間違えていることがあるのでその辺をしっかりと説明してあげると信用、信頼の獲得につながりやすくなります。

■参照動画

Webマーケティングにおける業種 業態別 導線設計

<https://youtu.be/0-cs8kPHYuw>

追客～契約締結まで

追客～契約締結まで（クライアントワーク編）

■追客について

WFではすべての追客ルールとしては

- ・メール&電話で最低、2回以上追う

になります。メールではタイトルに「※再送」を付けて再送、2回目は「※再々送」と付けて送信。
電話では担当者とコネクトできなかった場合は必ず伝言を残す。

例) 担当者不在の場合

WF：「お世話になっております、株式会社ウィニングフィールドの〇〇です。〇〇さんはいらっしゃいますでしょうか？」

先方：「ただいま不在でして、どのようなご用件でしたでしょうか？」

WF：「〇〇さんより先日お問合せを頂きまして（もらっていないでもこの言い方）差支えなければご伝言をお願いしてもよろしいでしょうか？」

先方：「承知致しました、もう一度御社名をお伺いしてもよろしいでしょうか？」

WF：「（社名、自分の名前を伝える）メールをお送りしておりますのでご返信お待ちしております、と御伝えくださいませ」

先方：「承知致しました。」

WF：「失礼ですが、お電話口の方の御名前をお伺いしてもよろしいでしょうか？」 **※先方の名前を聞く重要性**

先方：「〇〇と申します。」

WF：「承知しました、それでは〇〇さま、御社の〇〇様に先ほどのご伝言の方よろしくお願い致します。」

追客～契約締結まで（クライアントワーク編）

■ 申込の意思を確認できたら（見積書を送った後）

クライアントワーク関連のサービスの場合は以下2つの書面を送ります。（Web広告運用代行、Webコンサルティング、スポットコンサル）

- ・ 内容確認書（申込書）
- ・ 業務委託契約書

2つの書面は[会社のDropbox（ドロップボックス）](#)内に保管されているのでそちらの内容を確認して修正箇所などあれば（日付やクライアント名など）そちらを修正した上で先方に投げます。

上記書面は「内容確認書（申込書）」は必要事項を記入して捺印を頂けたらスキャンしてPDFなどで送っていただいで大丈夫ですが、業務委託契約書については郵送で2部送る必要があるのでメールで書面を送っておき、内容に問題がなければ香織さんに伝達のもと、郵送手配をしてもらってください。

そのあと、「内容確認書（申込書）」が届き次第、新規のクライアントの場合は「前入金のための御請求書」を発行します。

こちらにも内容確認書とともに香織さんに内容と金額を伝達のもと、請求書を発行してもらい営業担当から請求書を先方に送ってもらえたらと思います。

入金関連は香織さん、勝原の方で確認し、入金の確認が取れ次第、サービス提供の着手に入ります。以後、未締め、翌月末支払いのサイクルで請求書を発行していく形となります。

例)

- 5/22に申込書をもらい、請求書を発行、
- 5/23に入金が確認取れたら（6月分のサービス提供の前入金）
- 6/1からサービス提供開始を行う（サービス提供まで7～8営業日ほど）

次回以降の支払いサイクルは7/未締め、8/頭請求、8/未支払いのサイクルとなる。
（7月分のサービス提供の分を翌月の8月末に支払ってもらう）

※決済方法は銀行振込のみ

追客～契約締結まで（クライアントワーク編）

ファーストアプローチ（メール、架電）



商談、御見積書送付、または追客



申込の意思確認後、書面2通
（内容確認書、業務委託契約書）



前入金の為の請求書発行



着金確認後、サービス着手



Web広告運用代行、Webコンサル、スポットコンサル等担当者にバトンタッチ

追客～契約締結まで（講座編）

■講座の申込みの場合

講座の申込みの場合も以下の書面が必要となります。

- ・内容確認書（申込書）

ただし、分割決済を希望されている方には上記書面とさらに

- ・誓約書

を書いてもらうこととなっています。

決済方法としては

- ・クレジット決済
- ・銀行振込

の2つのパターンが存在する。

なので、申込の意思確認をした上で決済方法の確認と回数などを聞いた上でクレジット決済の場合は無料カウンセリングが終了し次第、メールにて送るリンクから決済してもらう。

銀行振込の場合は回数（1～3回まで）を聞いて前入金のための請求書を香織さんに作成してもらい、先方に投げて、入金の確認が取れ次第、サービスの提供を行う。

Web広告運用代行サービスを受注した際のフロー

【対新規クライアントへのWF式統一対応手順】

説明:WFの統一運用ルール

- 内容確認書と契約書をもらい次第請求書発行
(同タイミングでヒアリングシートを送る)、前入金確認後 ※ に作業開始
- 3C分析シート作成 (月予算50万円以上の所、またはリプレイス案件の場合のみ)
※営業裁量に任せる
- 広告媒体アカウント作成または権限付与
(グーグル広告の場合は必ずWFのMCCアカウントに入ってもらおう)
- GAの権限付与 (GTMはこちらで作成?) 先方に確認
- 先方にパラメーター付与の確認、広告文の事前確認、アカウント構築の確認等
- 週報 (文面、数値) ※毎週月曜日
- 月次レポート、定期レポート等 ※WFのフォーマットに沿う

制作案件を受注した際のフロー

制作案件の受注の場合を受注した際のフロー

■制作案件の受注の場合

新規クライアントとの受注の際にLP制作などの依頼を受けた場合、後日、制作ディレクター同席のもと、再度制作に関する打ち合わせを行う必要があります。

※LP制作の場合は制作ディレクターである（2021年8月現在）

- ・奥泉さん、または西城さんなどに同席

※動画のクリエイティブ制作の場合は社内の

- ・村本君に同席

してもらい、クライアントの要望や意図などをヒアリングし、LP制作の場合は制作ディレクターから見積書と納期を聞いた上で、WFの手数料を20～30%乗せて（不安な場合は一旦勝原に相談）見積書を先方に送ります。（見積書の作成は香織さんに依頼）

LP制作の受注が決まった場合はクライアントとのやり取りのグループチャットまたはメールにccを入れてもらいながらやり取りを行ってまいります。（奥泉さんの場合のみ。）

タイムマネジメント、タイムハックについて

タイムマネジメント、タイムハックについて

■WFのマーケター / プランナーの時間の使い方について

コロナによってどこでどのように働けば自分の生産性が向上するのか 受動的から能動的な動き方が評価を決めるものと捉えてもらえたらと思います。

会社に行くことが仕事ではなく、成果を挙げるのが仕事。 ビジネスパーソンの意識も、受動的から能動的に変化しつつありそれに伴い、企業側の評価基準も変わってきています。

職場で遅くまで残業するなど、労働時間に賃金を払うのではなく、**営業の場合は目に見える成果に対して報酬を支払う**、いわゆる成果主義による判断基準となっています。（制作部門やバックオフィス部門は貢献度での別評価）

【業務内容】

- ・ 広告運用（コピー作成、バナー作成、ターゲティング、設定回り）
- ・ 新規営業（アウトバウンド、インバウンド）
- ・ 既存営業（クライアントワーク）
- ・ 資料作成
- ・ リサーチ業務
- ・ リストアップ業務
- ・ 追客業務

1日のスケジュール例

午前中 リサーチ業務、リストアップ、資料作成
10：00～12：00 広告チェック、出稿、運用等
12：00～18：00 新規営業、既存営業、追客等
退勤前 広告チェック

通常インセンティブ、 特別インセンティブについて

運用&営業インセンティブ制度

【通常インセンティブ】

■クライアント編

抱えている1クライアント（担当クライアント）の**広告運用額が月50万円を超えている場合は1クライアントにつき毎月1万円のインセンティブ**を、以後50万円ずつ広告費がアップした場合は月に1万円ずつアップしていく

※営業担当の場合も上記適応、運用も行う場合は×2（ダブルカウント）としたカウント

（例：月100万円の広告費を使うクライアントについては月2万円の支給）

※ただし、引き続きの際には上記ルールは適応されず、あくまで新規からの営業、運用に限る

※引継ぎ案件でも引き継がれてから月50万円以上広告費が増額した際にはインセンティブ対象となる

■国内アフィリエイト編

割り当てられた案件に対して記事制作、広告運用を行い、売上（報酬）に対して消化した広告費を差し引いた利益（粗利）に対しての**10%を運用者に毎月支給**

（例：50万円の売上報酬に対して使用広告費が30万円だった場合、利益が20万円なので、そちらの10%ということで2万円の支給。以後、売上が伸びていくにつれてこのパーセンテージが適応！）

■講座インセンティブ編

自主講座の無料カウンセリングからインサイドセールスにより成約まで取り付けた場合は1件15,000円のインセンティブが発生。ジョイントの講座の無料カウンセリングの場合は成約まで取り付けた場合は1件10,000円のインセンティブが発生。

【特別インセンティブ】

もともとWFになかったサービスを立ち上げ、自身のスキルと知見をもってマネタイズまで行った際（SEOコンサルティング、YouTubeコンサルティング等）には**発生した営業利益（売上から経費を抜いた額）の4割をバック（毎月発生するものであれば毎月4割バックが発生）**。

なお、複数のメンバーを絡んだプロジェクトの場合は上記に当てはまらず、複数のアクションや営業、売上が絡むため、プロジェクトマネージャー（指揮者）、売上に絡んだ人間はプロジェクト終了後、貢献度により売上の着金後に半年の面談時に特別手当を付与する。

教育、研修、リフレッシュ、査定制度

教育、研修、リフレッシュ制度

■ロケーションワーク

月に上限2000円まで会社支給のもと（回数問わず）、外のカフェ（鎌倉界限）などで稼働可能！ ※就業規則参照
（例：海に見えるカフェで仕事など）

※領収書は後日清算 日報に稼働内容を記載

■教育&研修編

書籍、セミナー、DVD購入など購入したいもの、行きたいセミナーなど社内稟議のもと、問題ないようであれば交通費を含む経費を会社が負担し、購入やセミナーに参加してもらうことも可能！ ※後日レポート提出あり

その他、勝原のセミナー、湘南・鎌倉we部（ウェマー！）の参加も無料（※懇親会も無料）

■ランチ会 → 現在中止

事務所界限で毎月第三月曜日の13時以降（クライアントMTGは11時からに変更）任意参加で交流目的でランチ会を開催

■毎週金曜アフター5フライデー

毎週金曜日の17時以降は任意参加で事務所内で交流目的で常設のビールやハイボール、レモンサワーで飲みながら仕事もOK

■会社共有会または新規営業MTGについて

不定期でロケーションを変えてのMTGを実施。ブレストを行う上で環境を変えて行う

人事査定制度について

■試用期間～研修期間を経てから

- ・ 研修期間を終えてから半年ごとに個人面談を実施 ※それぞれ時期は異なる
- ・ 査定期間は6ヶ月単位

査定ポイント 4つ

- 勤怠、貢献度
- 既存クライアント対応、収益パフォーマンス（生産性）
- 新規案件、収益化パフォーマンス（受注件数）
- プロジェクトワーク進行度

査定後について

- 基本給の増減、特別手当
- インセンティブ割合増減
- 経費使用限度の増減等

我々が今後身につけなければいけない領域

◆我々が今後身につけなければいけない領域

