

案件獲得の3つのルート

自分に合った営業手法を見つけ、収益化を加速させる



01

インバウンド（依頼待ち）

実績を発信し、プロフィールやハイライトに導線を整備して、企業からの問い合わせを待つ手法。

メリット： 成約率が高く、立場が対等

デメリット： 実績がないと始まらない

✓ **ToDo:** プロフ・ハイライト整備



02

アウトバウンド（営業）

企業リストを作成し、相手の課題に対する価値（売上UP等）を仮説立て、DMやメールで提案する手法。

メリット： 狙った企業と仕事ができる

デメリット： 断られることが前提（精神力）

✓ **ToDo:** 提案文の作成と送付



03

マッチング / ASP

案件募集サイトやASPに登録し、条件に合う案件に応募・提携する手法。審査や報酬条件の確認が必要。

メリット： 初心者でも案件が見つかる

デメリット： 競合過多で単価が安め

✓ **ToDo:** 主要ASPへの登録完了



ASP（アフィリエイト）の活用

運用と収益化のポイント



主要ASPの使い分け

まずは審査が緩い大手ASPに登録。慣れてきたらジャンル特化型へ。複数のASPでリスク分散を。



審査通過のコツ

投稿数0はNG。最低10投稿ほど有益なコンテンツを積み上げ、プロフィールを整えてから申請しましょう。



勝ち案件の選定基準

「高単価」「魅力的なLP」「在庫安定」「親和性」の4点を確認。自分が本当に勧めたいものを選ぶのが鉄則。



導線設計（リンク配置）

投稿で興味付け→ハイライトで詳細解説→プロフィールリンク（Lit.Link等）へ誘導するのが王道。

登録すべき主要ASP



A8.net（エーハチ）

国内最大手。登録審査がなく、案件数が圧倒的。まずはここに登録して案件を探しましょう。



もしもアフィリエイト

楽天・Amazonの商品が紹介しやすい「かんたんリンク」が便利。物販・初心者向け。



アクセントレード / バリューコマース

金融、通信回線、旅行、ECなど。少し審査はあるが、高単価な案件が見つかりやすい。



ASPIによって「同じ案件でも報酬単価が違う」ことがあります。必ず複数比較してからリンクを発行しましょう。

営業DM/メールの作成法

× NG

返信が来ない「売り込み」



テンプレート斉送信

「ご担当者様」宛のありきたりな文面



一方的な自分語り

「私はこれができます」という機能アピールのみ



資料URLの丸投げ

「詳細は添付資料で」と相手に読解を強いる

✓ OK

相手を動かす「提案」



相手のKPI（売上）起点

相手の課題を特定し、解決策として動画を提示



勝ち筋の仮説提示

「御社のジャンルなら〇〇企画で伸びる可能性が高い」



次アクションが明確

「類似事例をお見せしたいので15分Zoomいかがですか？」

件名例

【ご提案】御社〇〇事業のCVR改善施策について（ショート動画運用の件）

単価交渉の考え方



価値ベースで提示する

「作業時間」ではなく **売上貢献**（到達数×CVR×粗利）で価値を伝える



アンカリングとオプション設計

松・竹・梅の3プランを用意し、本命の「**竹**」を選んでもらいやすくする



修正回数・追加費用の明確化

「修正2回まで無料、以降は追加料金」と事前に合意し、工数増大を防ぐ



長期契約・まとめ発注の提案

単発依頼ではなく「3ヶ月契約」「10本一括」の条件で **単価割引** を提案する



安易な値下げはしない

予算不足の場合は「本数を減らす」「納期を延ばす」など **条件変更** で調整する