

# 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。



ASP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」と相手に読み解きを強いる

✓ 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



## 安いな値下げはしない

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