

**既存クライアントから追加収益を得るための提案**

貴社の「既存顧客」という経営資源と、当法人の「価値を伝える手段」のジョイントベンチャーです  
お互いに既に持っている価値とお互いに持っていない価値とを交換して、収益を生み出す、提案です

## 1. 提案の背景

要点	詳細
① Web・LPがコモディティ化	・ クライアントは、「Web・LPを持って当たり前」
	・ クライアントの商品・サービスの価値が本当に伝わっている？
	・ クライアントが持つ、「お客様に買って欲しい」との欲求は永遠
② 従来のWeb・LPでは差別化困難	・ 提供したWeb・LPがどのくらいビジネスに貢献しているのだろうか？
	・ もっと伝えられるのではないか？、伝えたらどうなるのか？
	・ クライアントの「お客様」の視点では、「買う理由」が見い出せない？
③ 制作単価下落傾向歯止めかからず	・ 制作単価が採用決定要因の上位に躍り出ている（利益率下落）
	・ クライアントの価値を伝え、売上UPへの貢献が単価上昇のカギ
	・ 競合他社も同じ苦痛を感じ、打開策を模索している（だろう）

## 2. 提案の内容

要点	詳細
1) クライアントの商品の価値を棚卸し	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「価値」、「USP」、「物語」、「ベネフィット」の棚卸し、可視化 ⇒ 経験上、見落とし・未発見・塩漬け・未伝達 多数あります ⇒ ペルソナごとが望ましい</li> </ul>
2) 「価値」と「手段」を分け、「手段：Web・LP」を再構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「価値」可視化後、伝えるための「手段」の再構築 ⇒ もっと伝わる、もっと売れるWeb・LPへ進化（単価上昇） ⇒ クライアントの「お客様」が、「買う理由」を伝えることが肝要</li> </ul>
3) 「価値」を伝える「手段」として、ビジネスアニメを組み込む	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「価値」を伝える「手段」に、ビジネスアニメを追加 ⇒ クライアントの競合と差別化、価値を伝えることで売上貢献</li> <li>・ オプション費用として貴社の新たな収益源、クライアント抱え込み</li> </ul>

## 3. 今後の進め方

要点	詳細
a) 【調査】 競合他社：アニメ実装動向調査 期限：2週間後	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 貴社自ら調査（支援はします） ⇒ 意外にも競合他社は、まだ取り込んでいない ⇒ 販売余地を感じると思います</li> </ul>
b) 【試行】 対象クライアント選定 完全個別サンプル提供、レビュー 期限：開始後4週間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ クライアントの「お客様」が主人公、Before→Afterをアニメで表現 2分程度、3社程度、当法人より無償提供（NDA必須）</li> <li>・ アニメはクライアントの「売る手助け」である、手ごたえをレビュー</li> </ul>
c) 【決断】 ビジネスに組込や否か、 経営判断 期限：試行後1週間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 否ならThe End 可なら、役割分断・収益分配・数値目標・営業活動計画の決定</li> <li>・ 社長自らKick-off（経験上、最も成果に直結します）</li> </ul>