

営業・提案・見積もり作成

Web制作を「仕事」にするための実践講座

エンドクライアントだけでなく、代理店・制作会社・同業者との協業まで広げて、仕事を獲得する力を身につけます。



この講座で得られること

営業を「売り込み」ではなく、相手の課題と負担を整理する行動として捉え直します。

営業への苦手意識が下がる

何を話すかより、何を聞き、どう整理するかを学びます。

仕事獲得の入口が増える

代理店、コミュニティ、交流会、メール営業、クラウドソーシング、オフライン接点を理解します。

提案・見積もりを説明できる

「なぜ必要か」「どこまで対応するか」を言語化し、相手が判断しやすい資料にします。

こんな悩みありませんか？

営業経験がないから不安。代理店や同業者に、何をどう伝えれば仕事につながるのか分からない。

この講座では、エンドクライアントへの提案だけでなく、制作会社や同業者から選ばれるための動き方も扱います。

先に結論

Web制作の営業は、売り込みではありません。

相手の困りごとを聞き、課題を整理し、自分が巻き取れる範囲を分かりやすく伝えることです。代理店には「進行の負担を減らす人」として、同業者には「足りない部分を補える人」として覚えてもらうことが重要です。

仕事はどこから来るのか

Web制作の仕事は、1つのルートだけに依存しないことが大切です。対象ごとに期待される役割が変わります。

相手	求められること	向いているPR
エンドクライアント	課題整理、成果につながる提案、分かりやすい説明	目的理解、提案力、安心感
代理店・制作会社	制作リソースの補完、進行補助、安定した品質	レスの速さ、巻き取り範囲、納期遵守
同業者	苦手領域の補完、緊急対応、部分的な実装・制作	協業しやすさ、得意領域、実績公開

仕事の取り方 全体マップ

「待つ」だけでは仕事は増えません。複数の入口を持ち、自分に合う方法から始めましょう。

代理店

制作会社や広告代理店に、下請け・外部パートナーとして提案します。

コミュニティ

学習コミュニティ、デザイナー会、Web制作者の集まりで接点を作ります。

交流会

地域・業界イベントで、自分が何をできる人かを覚えてもらいます。

メール営業

相手のメリットと対応範囲を短く伝え、返信しやすい導線を作ります。

クラウドソーシング

クラウドワークス、ランサーズ、ココナラを実績作りや提案練習に使います。

オフライン接点

知人、元職場、地域店舗、紹介など、信頼のあるつながりを活かします。

代理店・制作会社から仕事を取る

代理店側の悩み

- 案件はあるが、制作リソースが足りない
- ワイヤーフレームや素材整理まで手が回らない
- 急な修正や短納期案件を頼める人が少ない

伝えるべき価値

- 制作だけでなく前段階も巻き取れる
- レスが早く、進行状況を報告できる
- 品質が安定していて、再依頼しやすい

コミュニティ・交流会を仕事に変える

交流の目的は、その場で売ることではありません。「何ができる人か」を覚えてもらい、後日相談される状態を作ることです。

自己紹介を短くする

「LPデザインとWordPress実装ができます」のように、具体的に伝えます。

相手の活動を聞く

売り込む前に、相手の仕事や困っていることを聞きます。

後日つながる

SNSでつながり、コメントや実績共有で接点を継続します。

メール営業の基本

長文で売り込むより、相手が判断しやすい情報を短く届けます。

メール構成テンプレート

- ① 相手に連絡した理由
- ② 自分が対応できること
- ③ 代理店・制作会社にとってのメリット
- ④ 実績またはポートフォリオ
- ⑤ 15分だけ相談可能かという軽い依頼

クラウドソーシングの使い方

クラウドワークス、ランサーズ、ココナラは、安売りの場ではなく、提案文・実績・レビューを積み上げる練習場として使います。

目的	意識すること	避けたいこと
実績作り	小さくても公開できる成果物を残す	価格だけで選ばれようとする
提案練習	相手の課題に合わせて提案文を変える	同じ文章を大量送信する
レビュー獲得	納期・報告・品質で信頼を積む	無制限修正を受ける

オフラインのつながりを軽視しない

信頼が先にある接点は、仕事につながりやすい。

知人、元職場、地域のお店、家族や友人の紹介など、すでに信頼関係がある場所では、営業色を強く出さなくても相談が生まれます。「Webまわりで困ったら声をかけてください」と伝えられる状態を作りましょう。

自分の売り出し方を決める

「何でもできます」より、「何を任せると助かる人か」。

初心者ほど、幅広く見せようとして強みがぼやけがちです。相手から見た頼みやすさを基準に、対応できる範囲、得意な制作物、連絡の速さ、丁寧さ、品質の安定感を言語化しましょう。

強みは「相手の助かること」で考える

自分では普通だと思っていることが、依頼する側にとっては大きな価値になります。

レスが早い

確認が止まらないため、進行管理しやすくなります。

スピードがある

短納期や緊急案件の相談先になりやすくなります。

品質が安定している

代理店や同業者が安心して再依頼できます。

構成から考えられる

ワイヤーフレームや情報整理まで任せやすくなります。

代理店向けでPRしたいポイント

巻き取れると強い業務

- ワイヤフレーム制作
- ページ構成案の作成
- 素材・原稿の整理
- デザインカンプ制作
- 下層ページ展開
- 修正内容の整理

PRの言い方

- 「制作前の構成整理から対応できます」
- 「急ぎの下層展開も相談可能です」
- 「進行しやすいように確認事項を整理します」
- 「デザイン意図を言語化して共有します」

代理店が安心する人の特徴

代理店案件では、制作スキルだけでなく、進行のしやすさが評価されます。

レスが早い

確認事項への反応が早いだけで、依頼側の不安は大きく減ります。

報告できる

進捗・懸念点・納期影響を早めに共有できる人は信頼されます。

品質が安定している

毎回のクオリティ差が小さいと、継続依頼につながります。

納期を守る

納品日だけでなく、中間確認の期限も守ることが重要です。

同業向けでPRしたいポイント

相手の困りごと

- デザインはできるがコーディングが苦手
- コーディングはできるがデザインが苦手
- 急な案件で手が足りない
- 一部だけ外注したいが頼める人がいない

自分の見せ方

- 「デザインのみ対応できます」
- 「LPコーディングを短納期で対応できます」
- 「WordPress実装まで巻き取れます」
- 「緊急案件もまず相談ください」

X・SNSを仕事につなげる

SNSは、同業者に「何を頼める人か」を日常的に知ってもらう場所です。

同業向けポスト

制作会社や制作者が頼みたくなる対応範囲を発信します。

実績公開

制作物、担当範囲、工夫した点をセットで公開します。

日常のコメント

相手の投稿に反応し、1回で終わらない関係を作ります。

同業向けポストの例

投稿は「できます」だけでなく、いつ・何を・どこまで頼めるかが伝わると仕事につながりやすくなります。

X投稿例

- LPのコーディング対応に今週2枠空きがあります。Figmaデザインからの実装、レスポンス、簡単なアニメーションまで対応可能です。急ぎの案件も一度ご相談ください。
- Webデザインのための外注先を探しているコーダーさん向けに、トップページ+下層展開のデザイン対応が可能です。構成整理やワイヤーフレームからの相談も歓迎です。

ヒアリングで9割決まる

相手が違っても、最初にやることは課題整理です。

目的、ターゲット、成功条件を確認する基本は変わりません。ただし、代理店には「エンドクライアントにどう説明するか」、同業者には「どこを補完すれば進むか」を追加で確認します。

相手別ヒアリング項目

同じWeb制作でも、相手によって確認すべきポイントは変わります。

相手	必ず聞くこと	追加で聞くこと
エンドクライアント	目的、ターゲット、成功条件、予算、納期	社内の意思決定者、競合、強み、公開後の運用
代理店・制作会社	担当範囲、支給素材、納期、確認フロー	エンドクライアントへの説明資料、ワイヤー有無、再販価格との関係
同業者	苦手領域、切り出したい作業、希望納期	デザインデータの状態、実装環境、緊急度、公開実績の可否

提案とは何か？

提案は、デザインを見せることではありません。

ヒアリング内容を整理し、相手に「なるほど、そういうことだったのか」と納得してもらうことです。理由が整理されていれば、デザインも見積もりも伝わりやすくなります。

刺さる提案の基本構成

1

現状の整理

聞いた内容を要約し、認識を合わせる

2

課題の明確化

本質的な課題を仮説として示す

3

解決方針

どの方向で解決するかを示す

4

制作内容

ページ構成・機能・担当範囲を説明する

5

期待できる効果

成果や進行上のメリットを伝える

代理店・同業向け提案で大事な視点

制作物の良さだけでなく、依頼元が「頼みやすい」「説明しやすい」と感じる事が重要です。

次の相手へ説明しやすい

代理店がエンドクライアントへ説明できるよう、意図を言語化します。

進行負担が減る

確認事項、素材不足、修正意図を整理して共有します。

安心して任せられる

納期、品質、報告の3つを安定させます。

初心者がやりがちな提案例

「トップページと下層2ページを作ります」「おしゃれなデザインにします」

何を作るかだけでは、相手は判断できません。なぜ必要なのか、何を解決するのか、どこまで任せられるのかを添えることで、提案として伝わります。

良い提案例

提案は、相手ごとの課題に合わせて言い換えます。

相手	課題	提案の方向性
エンドクライアント	強みが伝わらず問い合わせが増えない	トップページで強みを明確化し、実績・お客様の声で信頼を補強する
代理店	案件はあるが構成整理まで手が回らない	ワイヤーフレームと素材整理から巻き取り、デザイン制作まで一貫対応する
同業者	コーディング案件が重なり納期が厳しい	LPコーディング部分を切り出し、レスポンスと簡易アニメーションまで対応する

見積もりの考え方

見積もりは、金額表ではなく作業の可視化です。

何にどれだけ時間と責任が発生するのかを明確にすることで、値下げ交渉や追加対応のトラブルを防ぎます。代理店・同業案件では、特に担当範囲の線引きが重要です。

見積もりに入れる基本項目

「一式」ではなく、作業単位に分けることで相手も理解しやすくなります。

ヒアリング・要件整理

打ち合わせ、要件整理、確認事項の洗い出し。

構成・ワイヤーフレーム

ページ構成、導線設計、ワイヤーフレーム作成。

デザイン

トップページ、下層ページ、パーツ展開。

コーディング

HTML/CSS/JavaScript、レスポンス対応。

CMS・フォーム実装

WordPress、問い合わせフォーム、更新機能。

修正対応

回数、範囲、追加対応条件を明記。

代理店案件・同業案件の見積もり

相手が再販・分業しやすい形で、担当範囲と納期条件を明確にします。

案件タイプ	見積もりで明記すること	注意点
代理店案件	ワイヤー有無、デザイン範囲、修正回数、確認フロー	代理店側の粗利や再販価格に配慮しつつ、安くしすぎない
同業案件	切り出す作業、データ形式、実装範囲、納期	「少しだけ」の追加が増えないよう、範囲を具体化する
緊急案件	通常料金との違い、即日・短納期対応費、素材支給期限	急ぎ対応は価値として価格に反映する

CAUTION

見積もりで気をつけること

明確な見積もりは、自分を守るだけでなく、プロジェクトの成功にもつながります。

一式で出さない

作業内容が見えず、後から追加要望が出やすくなります。

安くしすぎない

経験不足を理由に下げすぎると、継続が難しくなります。

修正回数を明記する

「修正2回まで」など、範囲を先に決めます。

納期条件を書く

素材支給日や確認返答期限も納期に影響します。

見積もり作成の実践例

同じ制作でも、相手と担当範囲によって見積もり項目は変わります。

ケース	主な項目	金額例
5ページサイト制作	要件整理、デザイン、コーディング、フォーム、修正対応	520,000円
代理店向けワイヤー込み制作	構成整理、ワイヤー、デザイン、下層展開、修正対応	280,000円～
同業向けLPコーディングのみ	静的コーディング、レスポンス、簡易アニメーション	80,000円～

1回で終わらせない関係づくり

仕事は、接点の継続から生まれます。

SNSでつながる、投稿にコメントする、実績を公開する、近況に反応する。こうした小さな交流が「次に困ったときに思い出してもらえる状態」を作ります。営業は単発の行動ではなく、関係性を育てる活動です。

CHECKLIST

実践で使えるチェックリスト

営業前から継続接点づくりまで、行動を抜け漏れなく確認します。

場面	確認すること	目的
営業前	相手の事業、困りごと、提案できる範囲を調べたか	相手に合わせた提案にする
提案時	現状、課題、解決策、制作内容、効果を説明したか	納得感を作る
見積もり時	項目、修正回数、納期、作業範囲を明記したか	トラブルを防ぐ
継続接点	SNSでつながり、コメントや実績共有を続けているか	再相談される状態を作る

課題（アウトプット）

学んだことを、実際の行動に落とし込みましょう。

仕事獲得チャネルを3つ選ぶ

代理店、交流会、メール営業、クラウドソーシング、オフライン接点などから選びます。

代理店向けPR文を作る

巻き取れる業務、レスの速さ、品質、実績を100～200字でまとめます。

同業向けSNS投稿を作る

誰に、何を、どこまで対応できるかが伝わる投稿を作ります。

簡易見積もりを作る

担当範囲を決め、項目・金額・修正回数・納期条件を書き出します。

次のステップへ

1

1つ接点を作る

代理店、同業者、知人、交流会のいずれかに連絡する

2

1つ提案する

相手の課題に合わせて、自分ができることを伝える

3

1つ振り返る

返信率、反応、改善点を記録する

4

続ける

1回で終わらず、日頃から交流を続ける

あなたならできる

完璧を目指さなくていい。誠実に、相手の困りごとに向き合おう。

営業・提案・見積もりは、特別な才能ではありません。相手の話を丁寧に聞き、課題を整理し、自分が助けられる範囲を伝える。その積み重ねが、Web制作を仕事に変えていきます。

一歩目を踏み出す

振り返りを忘れない

継続して成長する