

マーケティング「結局マーケティングって」



マーケティングとは、商品やサービスが売れる
仕組みを作ることです。

マーケティングとは？

具体的には、以下のプロセスが含まれます

市場調査

商品開発

広告宣伝

販売促進

営業

販売

販売後のサポート

マーケティングは、顧客のニーズを満たすために必要な企業活動全般を指します。

マーケティングの考え方は1900年代に始まり、時代とともに顧客が変化するのでマーケティングの戦略も変わってきます。

マーケティングは、一般的に宣伝戦略を指してマーケティングとされることが多いですが、広い意味では商品開発から市場調査、戦略立案、さらには流通や販売後のサポートなども含む、いわば企業活動全般を指す言葉です。

ちょっとここで考えてみましょう・・・



就職活動って

市場調査

- ネットなどの様々な媒体で求人検索し内容確認や調べたりする
- 人材紹介会社や人材派遣会社と接触し相談やアドバイス等の支援を受ける
- 説明会やセミナー等に参加して情報の収集してみる



商品開発

- ・自己紹介のための「履歴書」
- ・自身の実績を明確にする「職務経歴書」
- ・自己アピールのための作品や技術証明「ポートフォリオ」



広告宣伝

- ・人材紹介会社への登録や応募
- ・人材派遣会社への登録や応募
- ・その他求人媒体への登録や応募



販売促進

- ・自身の求職活動
- ・訓練校での活動
- ・その他各求人媒体での支援を受ける活動



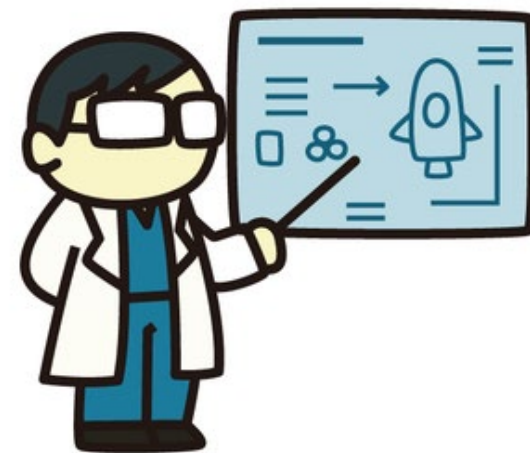
営業

- ・応募書類（提案書）
- ・メールやお電話でのやり取り（交渉やアポ取り）
- ・面接（プレゼンテーション）



販売

- 自身の技術提供
- 自身の時間提供
- 自身の思想提供



販売後のサポート

- ・内定から勤務
- ・契約年数や勤務時間
- ・雇用形態



これ、既に
やっているんですよ。

既にマーケティング能力の意識が高い方は就職活動が有利かもしれません。
逆に、転職経験が無く意識をあまり持ったことが無かった方は、いい勉強になっているかと思います。

では、ちょっとここで
過去のスライドを
振り返ってみましょう。

まず現在、内定をもらっているが、
今後（未来）の転職対策として



「はやい」「やすい」「うまい」を超えた その先にあるのは「ラグジュアリー」です。

ラグジュアリー(ラグジュアリー)は「豪華な」「贅沢な」「贅沢さ」という意味。
ファッション業界では、贅沢品や高級品を指して使われることが多い。

要するにデザイナーというお仕事なら

「はやくなくてよい」=時間をかけて作って欲しい作品

「やすくなくてよい」=予算は必要なだけ使っていい作品

「うまくなくてよい」=独創的・個性的・唯一無二な作品

非現実的なお話な気がしますが、これが理想ですよね。
ここを目指し、まずは「はやい」「やすい」「うまい」を極めてみましょう！



現在、面接に進んでいる方へ



面接は、基本的に人間と人間がコミュニケーションをする場です。

ポートフォリオはそのコミュニケーションを円滑に進めるためのツールであり、相手の環境やリテラシーにレベルに合わせるような親切心が大切です。

よく会議などで見られるような、「なかなかPCが起動しない…」「あれ、プロジェクターが上手く写らない」「後ほど、メールにて送ります」のような時間のロスやツールの操作などに、面接担当者の注意力が削がれることは、非常にもったいないことです。

これらのように、紙ポートフォリオは、何よりも「会話のリズムを途切らせる心配がなく集中できる」という強みがあります。当たり前のように聞こえるかもしれませんが、緊張感の漂う面接現場では、これは非常に重要なことであり、これを「徹底」するだけでも、他の応募者よりもスムーズに面接を進めることができるでしょう。

Webポートフォリオの作成に注力するWebデザイナーは、どうしても紙ポートフォリオの作成が後回しになってしまうこともあると思います。しかし、いざ転職を考える際は、しっかりと紙ポートフォリオの「必要性を認識」し、作成に着手することをおすすめします。



ポートフォリオはあなたを知ってもらうための手段

それでもやはり、「最大限に自分の力を伝えるには、Webポートフォリオがいい!」というWebデザイナーもいるかもしれません。確かに、作品によっては、Web一本で勝負した方が、伝えたいイメージのズレも生まれにくいという考えもあるかもしれません。

しかし、「ポートフォリオはそもそも何のためにあるのか?」

「面接でポートフォリオを提出することによって何を評価されたいのか?」そこを考えてみましょう。

未経験者でも高い意識で!

プロとしての実務経験がない方、他の職種から未経験のデザイナー職種への転職を希望する人の場合は、実務経験というものがありませんから、自分のスキルを中心にアピールすることになります。しかしそれでも、扱えるソフトの種類や習得している技術、そして制作スピードなどを通し、「プロとして、どれだけ企業に貢献できるか?」が、採用担当者に伝わるようなポートフォリオの作成が望ましいでしょう。



紙ポートフォリオ作成のためのコツと押さえるべき基本

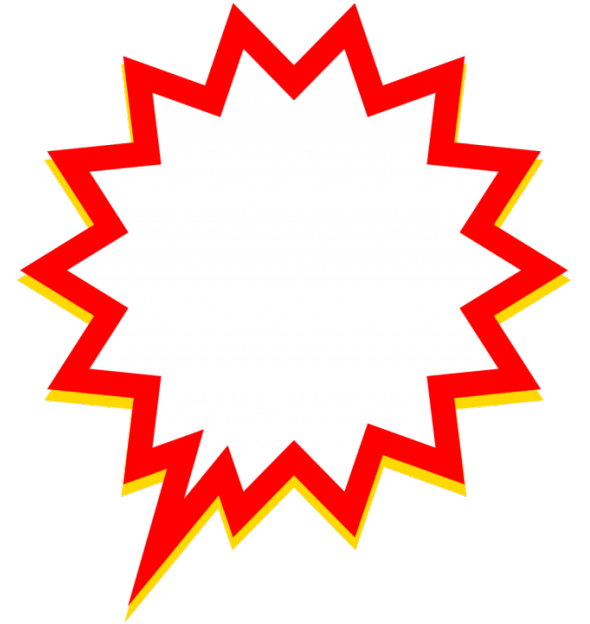
インパクトを大切にしよう - 紙ポートフォリオ作成のコツ

紙ポートフォリオを採用担当者に見てもらえるのは、面接の際のごく限られた時間であることを強く認識しましょう。忙しい採用担当者は、あなたに質問しながら、紙ポートフォリオをパラパラとめくります。何十冊、あるいは何百冊といった多くの応募者の紙ポートフォリオを眺めている採用担当者の手を止めさせ、あなたに興味を持ってもらうためには、それなりのインパクトが必要です。

自由にリンクをたどれるWebと違って、紙ポートフォリオは「表紙からページを順にめくる」ということを前提に作られています。したがって、できるだけビジュアルインパクトの強い作品を紙ポートフォリオの冒頭に載せましょう。作品に対する自信とは別に、「最初に強いインパクトを与え、後に続く全体をじっくり見てもらえるようにする」という構成は、紙ポートフォリオならではの作成のコツとも言えるでしょう。

レイアウトのルールを統一しよう - 紙ポートフォリオ作成の基本

そして紙ポートフォリオの一番基本的な部分、レイアウトです。各作品に添付するデータ（クライアント名、制作時間、制作環境など）の配置のルールは、必ず統一しましょう。デザイナーの皆さまにとっては、基本的なことかもしれませんが、その方が採用担当者にとってわかりやすく、短時間で必要な情報を得たり、他の作品と比較したりするのに適していることは間違いありません。再度確認し、調整していきましょう。



ポートフォリオを作る5つの要素 - 基本は「ひと目でわかる」構成

1. 自己紹介・プロフィール

あなたのクリエイターとしてのこだわり、信念など
受賞歴、主たる実績、今までに経験したポジション、担当した業務など

ポートフォリオの冒頭には自己紹介を記載するのが王道の形です。現在までの職務経歴はもちろん、受賞歴などを端的にまとめましょう。あわせてクリエイターとしてのこだわりや信念、得意分野なども記載するとベターです。

- ・ 主な記載事項
- ・ これまで経験した業務やポジション
- ・ 特筆すべき実績や受賞歴
- ・ クリエイターとしてのこだわり、信念、得意分野
- ・ スキルアップのために実践している行動



ポートフォリオを作る5つの要素 - 基本は「ひと目でわかる」構成

2. スキルレベル

使用ソフト、対応できる言語など

「Illustrator」「HTML」「CSS」など、具体的なツール名や言語を挙げて、その使用歴やスキルレベルを端的に記載します。スキルレベルは文章にすると冗長になってしまいがちなので、5段階評価など、ひと目で伝わる工夫をするといいでしょう。

ディレクター職の場合は、ツールや言語に言及できないケースも多いでしょう。この場合、記載がなくても構わないのですが、使用目的、頻度とともにオフィスソフトのスキルを記載してもOKです。

主な記載事項

- ・使用可能ツール・言語の使用歴
- ・使用可能ツール・言語の使用頻度
- ・使用可能ツール・言語のスキルレベル



3. 将来のビジョン

これからあなたが目指したい将来の方向性などクリエイターとして目指している将来像、そのためにどのようなスキルを身に付けていきたいかなどを記載します。応募企業で必要とされるであろう人物像や、応募職種で身に付くスキルがピックアップされていると評価を得やすくなるはずです。

※1~3を1ページ、長くても1見開きで記します。



ポートフォリオを作る5つの要素 - 基本は「ひと目でわかる」構成

4. 作品紹介

作品ごとのディスクリプション（作品説明文）は必須
作品数は10~20、インパクトのある作品は、目に留まりやすい前半ページに
ポートフォリオに掲載する作品には、以下のような暗黙の原則があります。
1ページ（または1見開き）に、1作品を紹介
作品ごとにディスクリプション（ここでは作品説明文・付帯情報の意味）を掲載



ディスクリプションに記述する内容としては

- ・ 作品タイトル（Webサイトの場合はURL）
- ・ 作品のビジュアル（写真、スクリーンショットなど）
- ・ クライアント名
- ・ 制作年月日
- ・ ターゲットユーザー
- ・ この作品の狙いや目的（例：新商品の広告キャンペーン、コンバージョン率の向上など）
- ・ 作品のコンセプトやポイント
- ・ クライアントの意向や制作上の制約などの経緯（守秘義務違反にならない範囲で記します）
- ・ 制作時間
- ・ 使用ソフト、使用言語などの制作環境
- ・ プロジェクトチームで制作した作品の場合はあなたの担当領域とポジション

ポートフォリオを作る5つの要素 - 基本は「ひと目でわかる」構成

5.仕事のスタイル・対応領域の紹介

自分の得意とする制作スタイル、基本的な仕事の進め方など

最終的な作品・成果物をゴールとした場合に、どのような手順で仕事を進めていくのか、どの領域を担当できるのかを記載します。文章で表現してもいいのですが、フロー図などを用いてビジュアルライズするとよりわかりやすくなるでしょう。

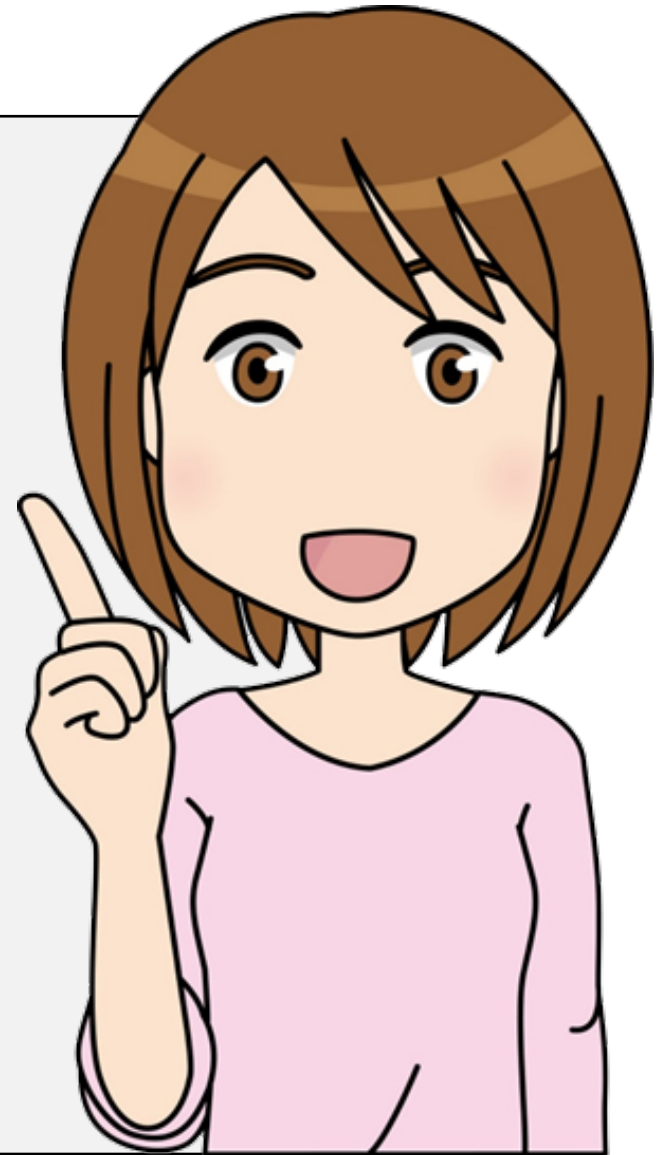


更に現在、応募書類 (履歴書、職務経歴書、ポートフォリオ) がなかなか通らない方へ



履歴書での主なチェック項目

- ・特別に知っておいてもらうべき項目 ...
- ・履歴書以外にも使われる ...
- ・入社可能日・希望職種に関する内容 ...
- ・連絡可能時間帯 ...
- ・転居予定・転居の意思 ...
- ・空白がある理由や転職理由 ...
- ・持病や家族の介護など ...
- ・資格の取得予定



職務経歴書の一般的な記入項目は以下の6つとされています。

- ・記入年月日と名前
- ・職歴の要約
- ・会社概要
- ・職歴
- ・資格・特技など
- ・自己PR (活かせる経験、知識、技術など)

※職務経歴書を確認する際のポイント

- ・誤字脱字や日付の確認
- ・読み手を気遣うレイアウトになっているか
- ・経験面で具体的な情報・数字が用いられているか
- ・網羅的ではなく焦点を絞れているか
- ・経験面を具体的に説明できるか
- ・前職の志望理由や退職理由を確認する
- ・自社で再現性が高いと思われる経験を掘り下げる



面接に進むポートフォリオが必ずやっているポイント

ポイント①

顔を出しましょう！



デザイナーって謎の存在…

どんな人なのか知ってもらう必要がありますよね。

印象は最も大切な要素です。

自分はこういう人材であるという事を明確にしましょう。

個人的ワンポイントアドバイス！

履歴書の写真とは違って自分をアピール

※普段の自分を表現した写真を用意してみましょう。

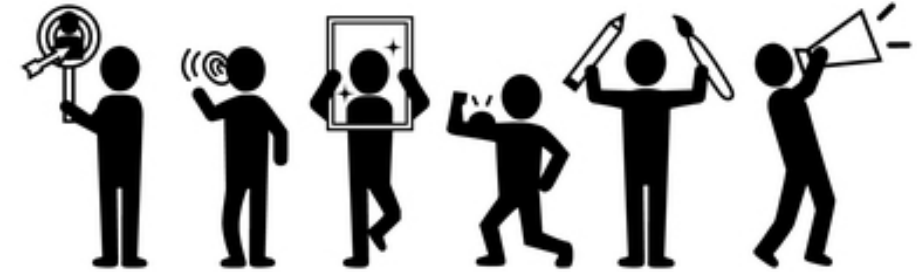
- ・恥ずかしいならイラストでもOK!
- ・プライベート感OK!
- ・レタッチ等々で好感度UP!

面接に進むポートフォリオが必ずやっているポイント

ポイント②

とにかく強みをアピールしましょう！

様々なツールを学んできましたし、既に身に付けていたスキル、これから必要なスキルも含めて自分の強みは何なのかを順番を決めて展開しましょう！



ターゲット ヒアリング セルフイメージ 強み ネーミング&デザイン 宣伝

個人的ワンポイントアドバイス！

Photoshopを武器にするは最強説？

※写真を利用するシーンはビジネスシーンにおいて需要が最も多いといわれています。

- ・写真を綺麗する(レタッチ)
- ・合成写真が作れる(トリミングと色調補正)
- ・バナーが作れる(商材の理解)

面接に進むポートフォリオが必ずやっているポイント

ポイント③

経験を徹底的にアピールしよう！

他業種でも得た知識・経験・実績は、その企業に役立つのであれば
どんどんアピールしましょう！デザイン経験は未経験でも、
営業・販売・接客・管理・集計・構築・提案などなど、
応募企業に対して、必要だと考えられるのであればしっかりと見せていきましょう。



個人的ワンポイントアドバイス！

文字や数字もデザイン！自己評価と他社評価を使い分けましょう。

- ・数字で見せるのは最も効果的！
- ・他者からの評価なら理想的！
- ・自己評価なら自信をもって意欲的に見せればOK！

1 ポートフォリオサイトのトップページURLは… 人材紹介会社や人材派遣会社に登録する時に送る

- ・誰が見ているかわからない
- ・アピールできるものは全て掲載する
- ・意図しないところからオファーがくる場合もある



2 ポートフォリオサイトの個別ページURLは… 応募する企業毎に用意して送る

- ・その企業だけに見てもらう
- ・その企業にアピールする必要なものを掲載する
- ・企業が意図する事を回答する

3 面接で直接お会いできたら… 紙のポートフォリオも用意しておけばベスト

- ・面接の場で見てもらう
- ・面接の場で一番のアピールポイントを掲載する
- ・何かご質問はありますか?に対し「答え合わせ」をしておく



実は応募自体が出来てない人へ・・・



Webデザイナー2名募集

採用者: **2**名

面接者: **5**名

ポートフォリオ作成者: **25**名

応募者: **50**名

面接への確率は10% (1割)

※そこに、実績・年齢・性別・経験・生活・意欲などが考慮され、採用につながる

人材エージェントを利用した場合、1次選考への平均通過率は30%（3割）と言われています。



そこから2次、3次ある企業はさらに絞られて、最終面接まで行くと、逆に60%（6割）以上が内定となるといくつかの某人材紹介会社のデータがあります。

目標は100社以上の企業へ応募



人材紹介・人材派遣の会社の利用

10 ※最終的に利用するのは2社程度、自身に合う会社を見つけましょう。
社程度の紹介・派遣の会社を試してみる

まとめ

これからの時代 マーケティング能力は必須!

デザイナーだけではなく様々なお仕事でマーケティング能力が高い、意識が高いというのはどんなビジネスにおいても求められる能力です。

就職活動は、努力や苦勞した分だけ、一歩踏み出した分だけその後のお仕事と未来への自分へ帰ってくるでしょう。

やっぱり就職活動は大変です!!

ですがこれを乗り越えたら次の未来が待っています。

自分のペースで良いと思います。焦らず、少しでも前に進んでいきましょう。

