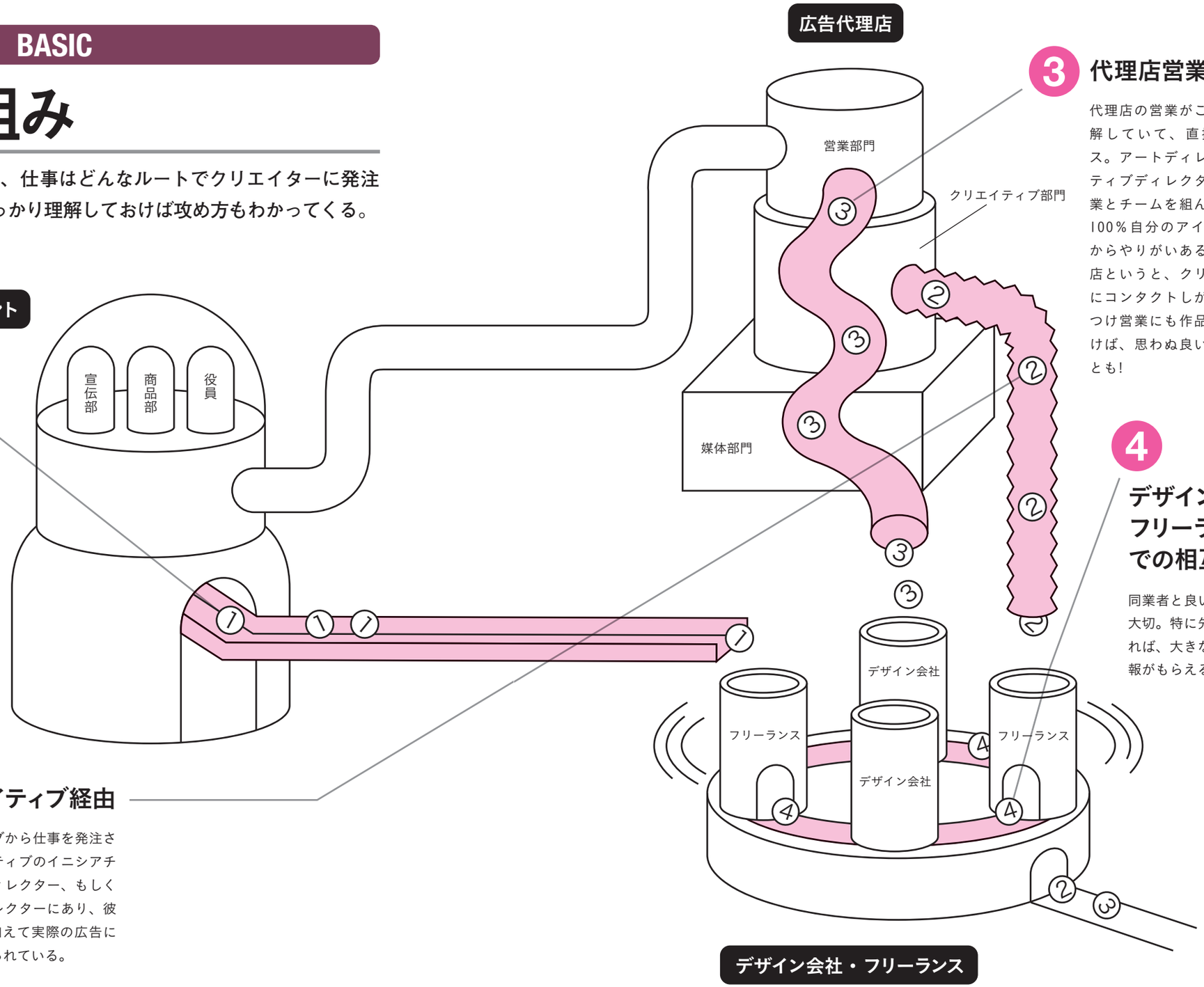
BASIC

業界の仕組み

広い広告業界の中で、具体的に、仕事はどんなルートでクリエイターに発注されるのだろうか？　それをしっかり理解しておけば攻め方もわかってくる。



1 クライアント直

デザイン会社やフリーランスデザイナーの持ち味をクライアントが理解していて、直接声をかけるケース。こちらのテイストをわかってくれているから仕事はやりやすい。こうした仕事を増やせるよう、普段から業界シンポジウムやアート系のイベントなどに参加して、クライアントの宣伝担当者と知り合う努力をしておこう。

2 代理店クリエイティブ経由

代理店のクリエイティブから仕事を発注されるケース。クリエイティブのイニシアチブは代理店のアートディレクター、もしくはクリエイティブディレクターにあり、彼らのアイデアに+αを加えて実際の広告に落とし込むことが求められている。

3 代理店営業直

代理店の営業がこちらの持ち味を理解していて、直接声がかかるケース。アートディレクターもクリエイティブディレクターも存在せず、営業とチームを組んで制作を進める。100%自分のアイデアで制作できるからやりがいある仕事になる。代理店というと、クリエイティブばかりにコンタクトしがちだが、機会を見つけ営業にも作品を見てもらっておけば、思わぬ良い仕事が舞い込むことも!

4 デザイン会社、フリーランス同士での相互発注

同業者と良い関係を築くことも大切。特に先輩格に気に入られれば、大きな仕事やプレゼン情報がもらえることも。