

技術系コンサルタントの成功法則 ベーシック講座



ものづくりドットコム主催者
熊坂 治

本日の内容

0. 半生記、半世紀、反省記
1. 技術系専門家の特徴と課題
2. 自分のセールスポイントを極める
3. 業務受託の方程式
4. 専門家ブランドの構築
5. セミナーの有効な利用法と集客
6. コンサルティング報酬の決め方
7. ものづくりドットコムの活用法

自己紹介



- ・ 1979年 東北大学工学部卒業
- ・ 同年パイオニア株式会社入社
 - 基礎研究、開発、製造技術、工場計画、事業開発、技術営業、品証…
- ・ 2009年9月 退社、熊坂技術士事務所を開設 品質工学コンサル
- ・ 2011年10月 株式会社産業革新研究所設立 代表取締役
- ・ 2012年3月 ものづくりドットコム (www.monodukuri.com) 公開
- ・ 2012年 東京農工大学技術経営研究科修了
- ・ 2016年 東京工業大学大学院経営工学専攻博士後期課程修了

ものづくり関係各所と広いネットワーク

- 山梨学院大学現代ビジネス学部客員教授(技術経営論)
- 技術士(経営工学部門、総合技術監理部門)
- 博士(工学)、技術経営修士(専門職)
- やまなし産業支援機構産学官連携コーディネーター(3月末終了)
- 日本技術士会、山梨県副支部長、技術士青葉会、蔵前技術士会幹事
- 品質工学会、日本経営工学会、日本品質管理学会所属

技術士事務所開設



- 前職と契約
- 2010年東京農工大学大学院技術経営研究科(MOT)に入学
 - 当時は超おススメカリキュラムだったが、翌年改悪
- 同時に山梨学院大学の非常勤講師
- やまなし産業支援機構からも若干の仕事
- 新技術開発センターでセミナー

- しかしなかなか仕事は拡大せず

今日のテーマ

- 技術？
- 起業/経営？
- 集客！

稲盛和夫「成功方程式」
＝能力×熱意×考え方

- 独立の目的
 - お金？
 - 社会的尊敬？
 - 自由？
 - 取るべき行動は目的で変わる

技術系専門家の特徴

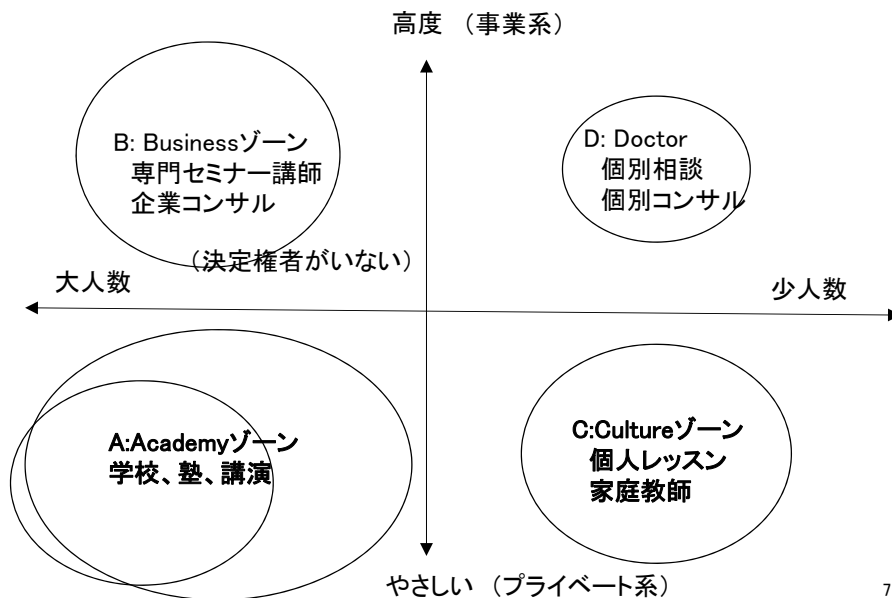
- 技術が好き
- 専門が狭く深い 楽しくないと続かない
- 経験が長い
- 論理的志向が得意 もちろん例外はいる
- お金に執着しない

- 人づきあいが苦手
- 営業したことがない
- 論理が通じないとパニック

文系専門家が得意

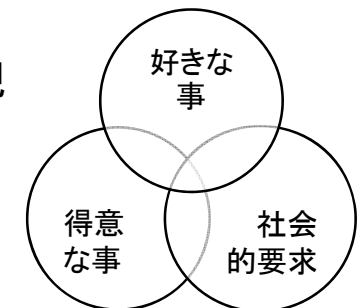
独立後時間が経てばある程度は身に付く

先生業の分類



コンサルタントの一般解

- 自分の専門領域を宣言する
- 依頼者は答を持っている
- 課題の解決よりクライアント組織の能力向上
- 約束を守る
- 実行させる⇒効果が実現



自分のセールスポイントを極める

- なぜ必要なのか？
 - なぜ私なのか？
 - なぜ今なのか？
- 苦痛を除くor快樂を得る
 - 専門性(No.1だから)
 - 信頼性(友達よりメンター)
 - 必要性(トータルコスト)

業務受託の方程式

$$\text{受注数} = \text{候補数} \times \text{必要度} \times \text{信頼度}$$

- 技術を磨く
- 人脈を広げる、深める
 - 技術士会
 - 地方支援団体専門家派遣制度
 - 学会(の委員会)、研究会
 - 各種交流会
 - 同窓会
- 自分の能力をアピールする

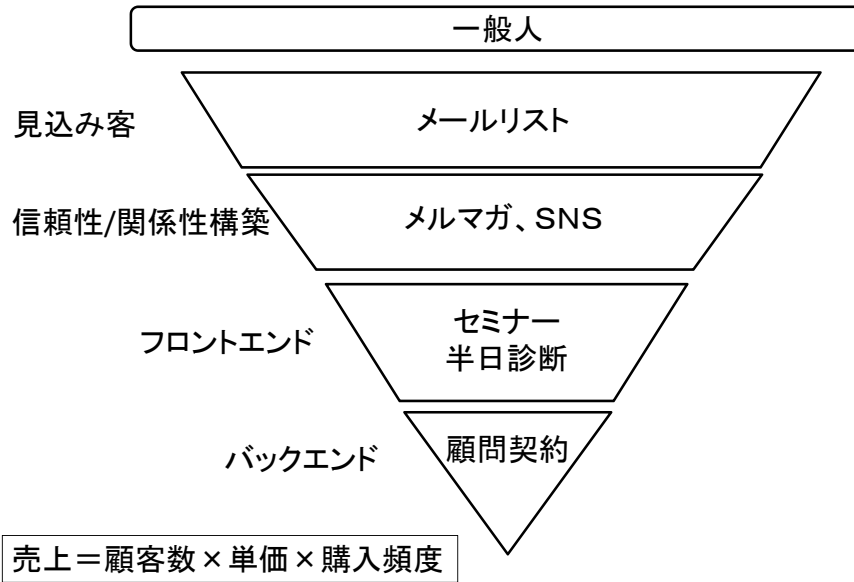
業務受注の条件？

		緊急度	
		低い	高い
関係性	低い	迷惑、門前払い	話は聞くけど... 他も聞かなきゃ
	高い	対話ができる	受注

信頼性/関係性を獲得するには？

- 紹介、ボランティア
 - 経歴、肩書き
 - 実績
 - 書籍出版、雑誌執筆
 - セミナー
- アナログ
- HP(コンテンツ)
 - SNS(ブログ、Facebook、Twitter)
 - メールマガジン
- デジタル

コンサルタントのマーケティングファネル



「ものがたり」の有効性

多くの人は、自分のコンサルティングの効果を説明するが、
成果があがらない
その効果を疑似体験させることが有効 ⇒「ものがたり」

基本の形は起承転結

- 起: 始まり ストーリー全般の設定
- 承: つなぎ 流れを作り理解を促す
- 転: ヤマ場 クライマックス、大きな展開
- 結: オチ 明るい結末、教訓

ポイントは、【 最後に行動を促す締め言葉 】
【 「してほしい」ことではなく、「してほしい」こと 】

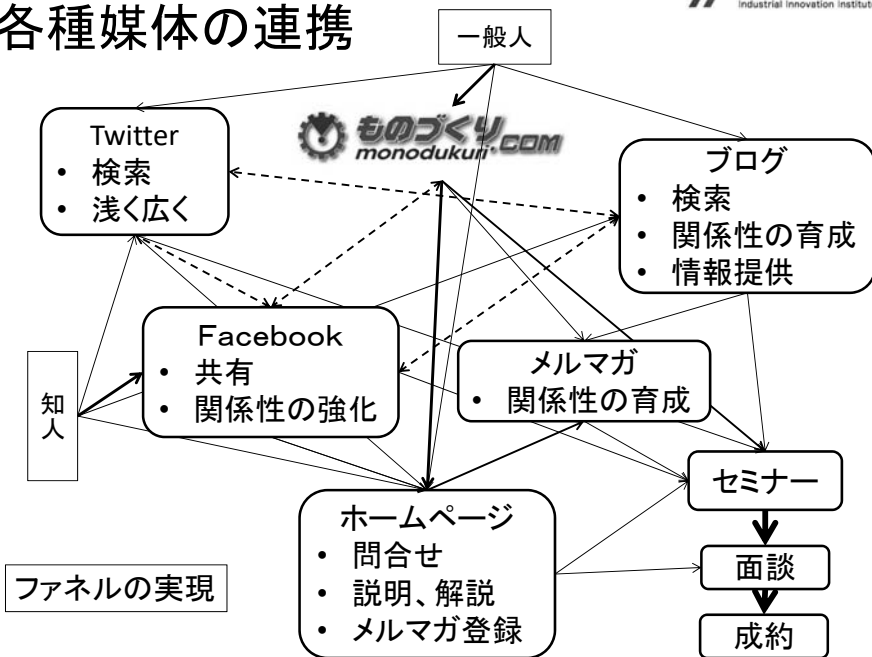
集客型のセミナーとは？

- 誰に来てもらうのか
 - 中小企業: タイトル「経営者のための...」
- 解説型とは違う
- 問題に気付かせる(痛みを取り除く)
- 信頼性を築く
- 心を動かす
- 行動を起こさせる
 - アンケートに工夫
- 個別相談で受注する

集客型のホームページとは？

- 検索で上位表示される(SEO)
 - 内部対策
 - 外部対策
 - キーワード選択 = 理想の顧客が検索
- 自分の基本方針を宣言する
- メールアドレスを入手する
- 専門性を表現する
- 信頼性を築く

各種媒体の連携



コンサルタントの電腦装備

ノートPC

- 1.5kg以下
- ディスプレイ: 12~14"
- SSD: 256GB以上
- 電池寿命: 6時間以上
- 光学ドライブ: あった方が良い

周辺機器

- プリンター (FAX付複合機)
- ドキュメントリーダー (ScanSnapお勧め)
- 外部HDD (バックアップ用1TB: USB接続)
- プレゼンター

在宅セット

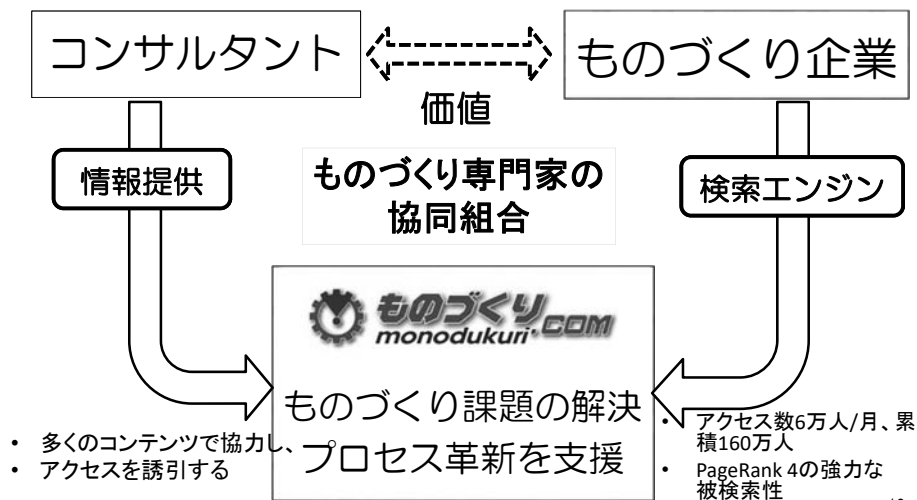
1. 外部ディスプレイ: 25"~
2. フルサイズキーボード
3. 無線マウス

ソフトウェア

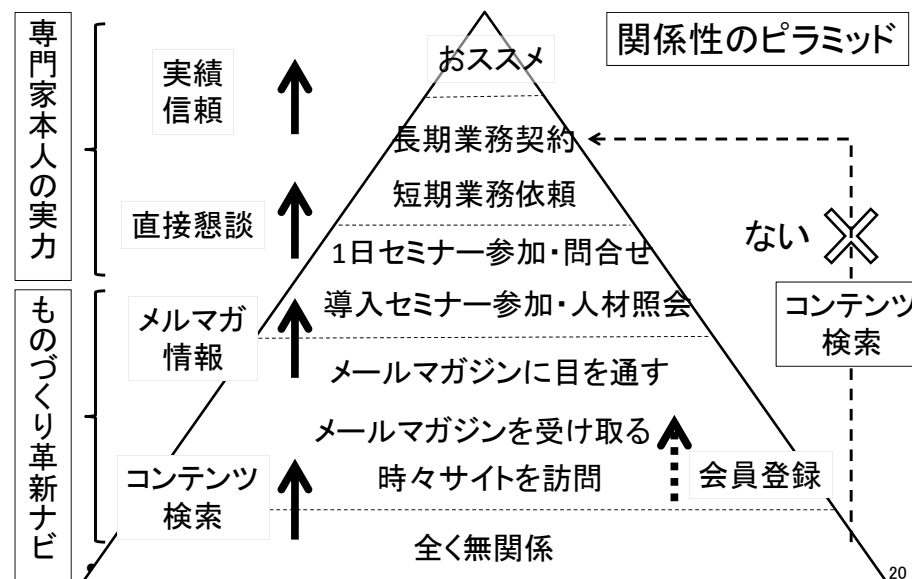
- 経理「フリーランスのための超簡単!初めての青色申告」
- 名刺管理 (eight)
- 日程管理: Google Schedule
- Skype Dropbox

ものづくりドットコムのご案内

製造企業と技術系専門家の出会いの場



4ステップ・マッチングシステム



専門家にとって  とは？

- ブランディング・サポーター
 - セミナー講師斡旋
 - HPへのバックリンク、HP制作サポート
 - 書籍レビュー
- 広報担当
 - サイトコンテンツ/Facebookページ/メルマガ
- 集客アドバイザー
 - メール、Skype相談無制限
- ソーシャル・パートナー
 - ものづくり革新ナビ専門家Facebookグループ
 - 専門家研修会

大手企業からOB組織、メディアまで広く連携

初期登録10,000円(A)/ 6,000円(B)
年間協賛金12,000円 (A) /8,400円(B)

第2部: ワークショップ [個人クロスSWOT]

1. 個人ワーク
 - 外部環境の中で、今後自分に影響しそうなものを選定:5分
 - 内部環境(自分の強み、弱み)をリストアップ:5分
 - 1×2から思いあたる今後3年間の行動指針を検討:10分
2. グループメンバーに発表してフィードバックをもらう:5分×4人
3. グループごとに気づきを討議し発表する:3分ずつ

内外環境の網羅: SWOT分析

- 自社の強み、弱み、機会、脅威を分析して、それらの環境に最適な戦略を立案する



クロスSWOT分析

		外部環境	
		機会	脅威
内部環境	強み	1. 2. 3. 4. 5. 機会に強みを活かす 目標の達成に向け、「強み」によって「機会」を最大限に活用するために取り組むべきことは何か？	1. 2. 3. 4. 5. 脅威を強みで対抗する 目標の達成に向け、「強み」によって「脅威」による悪影響を回避するために取り組むべきことは何か？
	弱み	1. 2. 3. 4. 5. 機会に対して弱みを補強する 目標の達成に向け、「弱み」によって「機会」を逃さないために取り組むべきことは何か？	1. 2. 3. 4. 5. 脅威に対する弱みから守る 目標の達成に向け、「弱み」と「脅威」により最悪の結果となることを回避するために取り組むべきことは何か？