

カメラマン＝マーケター

カメラマンにとってマーケティングは重要

- 「あなた」がマーケティング最高責任者（CMO）という事
- （現場の仕事があるとしても）「忙しい」「できない」という選択肢はないってことです。
- 忙しくて写真が撮れないカメラマンや、忙しくてボールが蹴れないサッカー選手、忙しくて食事を提供しない飲食店は存在しない。

マーケティングとは

- 「優れたマーケティングはセールスを不要にする」

By P・ドラッカー

- 売上を「効果的」に作るための活動
- 現場の仕事は「売上を作る」ことではありますが、
「売上を効果的に作る」活動ではない

ここで質問です

この1ヶ月以内に、

- 何個の新しいマーケティングの施策をしたか？
- 何個の問題、課題を解決したか？
- 何冊のビジネス関連の本を読みましたか？
- 何個マーケティングに関するスキルを身につけたか？

意識改革① 自分がCMOという自覚を持つ

- 「あなた」以外に売上を上げられる人はいない
- 売上を上げるのは、外注業者でもなければ、コンサルタントでもなければ、スタッフでもない
- 「あなた」がマーケティングを放棄したら、未来を放棄するという選択をしたことになってしまいます

意識改革② マーケティングの時間を確保する

- メインの仕事は「空いたらやる」という選択肢はない
- 意図的に時間を作らなければ、一生時間は空かない

意識改革③ 依存せず自（地）の力をつける

- 自（地）の力がないということは「あなた」の人生を外部（他人・環境）に握られている可能性が高くなる。
- 常にマーケティングの勉強をして力を身につける

もし会社が潰れたら...

10年後に生存している会社はたった6.3%（会社生存率）

- もし、会社が潰れたら...お客さんへの影響は？
- もし、会社が潰れたら...スタッフへの影響は？
- もし、会社が潰れたら...恩があるひとへの影響は？
- もし、会社が潰れたら...家族への影響は？
- もし、会社が潰れたら...あなた自身への影響は？

「同じ考えや行動を繰り返しているのに
異なる結果を期待することは狂気である」

アインシュタインの言葉