

# Quick Exhibit Strategy

—出品作業を最速で済ませる時短戦略編—

---

## 推奨環境

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。  
できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。  
(無料) <http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

## 著作権について

当レポートは、著作権法で保護されている著作物です。  
使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

◆レポートの著作権は、作者にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◆本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど)により複製、流用および転載することを禁じます。

## 使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人(以下、甲とする)と作者(以下、乙とする)との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることにより、甲はこの契約は成立します。

第1条(目的) 本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条(第三者への公開の禁止) 本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条(損害賠償) 甲が本契約の第 2 条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壹萬円を乗じた価格の 10 倍の金額を支払うものとします。

第 4 条(その他) 当レポートに沿って実行し、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

## Contents

はじめに.....	4
出品作業における時短戦略の基本について。 .....	5
最も効率が良くて安全な、外注さんの募集方法とは？ .....	7
実際に外注さんを募集する方法と、その費用の相場について。 .....	9
外注さんを探す上で、最も注意すべきポイントとは？ .....	12
募集して集まった外注さんを選定していく際は、必ず行うべきものとは？ .....	14
なぜ、募集段階での外注さんからの自己アピールは話半分に聞いておく必要があるのか?....	17
外注さんが自ら率先して登録作業をしてくれるような、非常識な外注の依頼方法とは？ ..	20
外注さんとの効率良く連携していく為に、必ず利用したい3種の神器とは？ .....	25
最後に.....	28

## はじめに

このコンテンツで解説していくのは、BUYMAへの商品出品作業を最短で済ませていくための戦略です。

BUYMAでの戦略とは言っても、他のプラットフォームでの出品や、ネットショップでの商品登録において通じる部分はたくさんあるものになっていますので、ぜひこのこのコンテンツで学んだことを、幅広く活かしてみてください。

なお、この時短戦略は、基本的に「外注化」を駆使していくものになっているので、今まで外注を利用した事がない人にとっては、若干のハードルを感じてしまう事もあるかもしれません。

しかし、ビジネスを時短していくため、そして何よりビジネスを自動化させて自由な人生を歩んでいくためには、避けて通れないのが外注化になってきます。

初めての事に挑戦するのは、誰しも最初はハードルを感じるものだと思いますが、そのハードルを、確実に飛び越えていってもらう事を目的に、このコンテンツを作りこみましたので、ぜひ当コンテンツをご活用ください。

それでは、次のページから早速始めていきます。

## 出品作業における時短戦略の基本について。

出品作業を最速で済ませるためには、何と言っても、

「外注さんに出品作業をしてもらう」

というのが基本になってきます。

自分自身で商品登録するよりも、外注さんに登録してもらった方が、結果的に商品登録を早く済ませる事ができる可能性が高いからです。

ただ、ここで勘違いしてほしくないのは、これは何も、「外注さんの出品スピードが異常に速い」という事を意味しているのではなく、（一部、めちゃくちゃ速い人もいますが。）外注さんに出品作業をってもらう事で、

「自分が出品作業に手一杯になってしまうよりも、外注さんに出品作業をしてもらって、その空いた時間で別の作業（リサーチやマーケティングなど）をした方が、結果的に全体の作業工程を短縮する事ができる」

という事なんです。

出品作業はどちらかというと単純作業ですから、リサーチ作業などに比べて、簡単に他人に任せる事ができますし、こういった出品作業に慣れた外注さんというのも、たくさん存在しますので、出品作業は可能な限り外注してしまった方が、結果的に効率よくビジネスを進めていく事ができます。

バイマへの出品登録作業であれば、1商品あたり50円~60円程度で任せる事もできますので、コスト的にもそこまで大きなものではないと思います。

ただ、特にビジネス経験が浅い方などは、そのくらいコストだとしても、外注するのは予算的に厳しいと感じる事もあると思うので、そのあたりはご自身の状況を考慮しながら、外注するかしないかを、判断してみてください。

お金がないうちは、自分で商品登録作業をするのも全然ありなので、無理に外注をする必要はありません。

しかしながら、外注ができる余裕があるのであれば、外注するに越した事はありませんので、可能であれば商品登録作業を外注してみてください。

という事で、次のページからは、登録作業を「外注」していくという前提で、そのために必要な知識だったり、ノウハウだったり进行を解説していきたいと思います。

## 最も効率が良くて安全な、外注さんの募集方法とは？

商品登録を外注するためには、作業を任せるための「外注」さんを探す必要があります。

ただ、イチから外注さんを探していくとなると、どのようにして外注さんを探せばいいのかというのも悩みどころだと思います。

なぜなら、作業を任せる以上、信頼できる相手に任せないと、色々と問題が出てくる可能性が高いからです。

もしあなたの身近に、そういった作業を手伝ってくれるような人がいるのなら、その人に任せるのもありますが、そのようなケースはむしろ稀で、ほとんどの場合、“赤の他人”に作業を任せる事になっていくはずです。

だからこそ、どうやって外注さんを探すかが重要になってくるわけですが、その際におすすめなのが、

「マッチングサイトを利用して外注さんを募集する」

という方法です。

ここでいうマッチングサイトというのは、要するに、外注さんを探している人と、外注作業を請け負いたい人とを繋げるサイトの事で、

- ・ @SOHO
- ・ ランサーズ
- ・ クラウドワークス

このあたりが有名どころになります。

こういったマッチングサイトには、外注作業に慣れている、質の良い外注さんが数多く存在していますので、条件に合った外注さんを簡単に見つけていく事が可能なんです。

しかも、ここで挙げたマッチングサイトは、どのサイトも、登録者の本人確認などの審査を徹底しているため、そういった意味でもかなり安心して外注さんを探していくことができます。

万が一、作業を委託した外注さんとの間でトラブルがあった場合でも、マッチングサイトを介した取引であれば、マッチングサイトが間に入ってくれるため、大きなトラブルに発展するのを防ぐこともできるわけです。

ですから、外注さんを探すのであれば、その探すための効率はもちろん、安全面などでも、マッチングサイトを利用しない手はないと思います。

ちなみに、今回挙げた、

- ・@SOHO
- ・ランサーズ
- ・クラウドワークス

この3つのマッチングサイトは、どのサイトを利用しても大差はありませんが、私が良く利用するのは「ランサーズ」です。

ただ、これは好みの問題も大きいので、どこを利用しても問題ありませんので、ご自身が使いやすいと判断したサイトを使ってみてください。

この章は以上となります。



## 実際に外注さんを募集する方法と、その費用の相場について。

先ほどの章では、マッチングサイトを利用して外注さんを募集する方法がおすすめだというお話をしました。

そこでこの章では、そのマッチングサイトで外注さんを実際に募集する方法と、その外注費用の相場について言及していきます。

まあ、外注さんを募集する方法とは言っても、そのマッチングサイトのナビゲーション通りに進めていくだけで、簡単に外注さんを募集することができるので、特に難しいことはありません。

そのため、その方法をイチからここで説明するよりかは、実際にそのサイトの利用方法を参照した方が早いと思いますが、マッチングサイト内のどの「カテゴリ」で、その作業を募集するかによって、その集まりやすさが変わってしまうため、そのあたりのポイントを説明します。

今回は、「BUYMAへの出品登録作業」という作業を外注するという前提で説明しますが、ズバリその場合、

**@SOHO：** 「データ入力」 or 「データ編集」 or 「ネットショップ」

**ランサーズ：** 「Web製作・Webデザイン」 → 「ECサイト構築・運用」 → 「商品登録・商品撮影」

**クラウドワークス：** 「ECサイト・ネットショップ構築」 → 「商品登録・商品撮影」

これらのカテゴリで募集をするのが、外注さんが一番集まりやすいです。

基本的には、そのマッチングサイトの案内通りに入力を進めていけば、問題なく外注さんを募集できるようになっているので、好みのサイトで外注さんを募集してみてください。

依頼内容や、その作業報酬の設定が適切であれば、複数の外注さんが応募してくるはずですので、あとはその中から、ふさわしい外注さんを選定していきましょう。

なお、外注さんを募集する際の「募集文」に関してましては、別途テンプレート（ファイル名：外注さん募集用テンプレート）を用意していますので、そちらをそのまま使って頂いて構いません。

（※マッチングサイトによって、募集文の文字数に制限がありますので、そのあたりは臨機応変に対応してください。）

また、商品登録作業の費用の相場ですが、BUYMAの商品登録に関して言えば、

「1商品あたり50円～60円」

くらいが、一般的な相場となっています。

もちろん、これはあくまで相場なので、それより安くても募集する事は可能ですが、その分、外注さんは集まりづらくはなりますので、そのあたりを考慮しながら費用を設定してみてください。

その際のコツとしては、

「作業の出来栄によっては、今後の報酬アップも考えています。」

というようなニュアンスを、作業を募集する際にあらかじめ伝えておく事です。

（※外注さん募集用テンプレートにはこの旨は盛り込んであります。）

そうすると、多少安い報酬を設定していても、外注さんは集まりやすくなりますし、依頼後も、丁寧な仕事をしてくれるようになる傾向にあります。

実際、きちんと作業してくれる外注さんには、そうでない外注さんよりも、多少高い報酬を支払う価値はあるはずなので、それによって外注さんが、作業を正確かつスピーディーにこなしてくれるのなら、それはこちらとしても嬉しいですからね。

という事で、以上ここまでの説明が、外注さんを募集する方法（ポイント）と、その費用の相場をまとめたものでした。

では、次の章に移ります。

## 外注さんを探す上で、最も注意すべきポイントとは？

前章では、マッチングサイトを利用して外注さんを実際に募集していく方法を言及しましたが、その際に、最も注意しておきたいポイントがあります。

それが何かというと、

「自分とその外注さんは、フィーリング（相性）が合うか」

という事です。

なぜなら、作業を任せていく以上、フィーリングの合う相手でなければ、お互いが上手く噛み合わず、作業自体が上手く進まない可能性が高いからです。

作業が上手く進まないならまだしも、相性の合わない相手とは、不要なトラブルに発展する可能性もありますので、いかにフィーリングの合う相手を選んでいくかが重要になってきます。

会社員の方などのお仕事であれば、フィーリングの合わない相手とも仕事をしていくだけの器量と我慢も必要だと思いますが、ネットビジネスであれば、そんなのは気にする必要はないんです。

自分の好きな相手を選んで仕事をできる権利があるわけですから、無理してフィーリングの合わない相手と仕事を共にする必要はありませんし、むしろそういう相手には作業を任せるべきではありません。

商品登録という比較的単純な作業であれば、経験を積めば誰でもそれなりに出来るようになりますし、ぶっちゃけ、人によってそこまで大差はないので、やはりフィーリングを何よりも重視すべきという事です。

そのため、外注さんを選ぶ際は（特に商品登録作業などの単純作業の場合）、その人の能力はあくまで二の次であって、相性が合うかどうかに重きを置いて選ぶようにしましょう。

では、どうやって相性が合うかどうかを判断するのかという事ですが、そのあたりについて、次の章で触れていきたいと思います。

## 募集して集まった外注さんを選定していく際は、必ず行うべきものとは？

前章では、外注さんを選ぶ際には、「フィーリング」を重要視しましょうという説明をしましたが、そのフィーリングが合うかどうかを判断していく際に、非常に有効なのが、

### 「スカイプで会話をしてみる事」

になります。

つまり、外注さんを選定していく際、必ず行うべきものが、「スカイプ」というわけですね。

なぜなら、あなたが実際にその人と会話をしてみて、

- ・会話がしやすい
- ・話していて親近感がある
- ・コミュニケーションが円滑に取れる

といった感覚を抱く相手こそが、自分にとってフィーリングの合う相手という判断ができるからです。

要するに、あなたにとって、第一印象が良い相手をスカイプ会話を通じて選別していくわけですね。

こういったフィーリングというのは、第一印象がほぼ全てと言っても過言ではないので、その人の最初の印象が自分にとって悪ければ、今後いくら作業を通じてコミュニケーションを図っていても、あなたとの相性が合うようになるという事は、まずないと思います。

だからこそ、外注さんの選定において、最初の会話で感じた印象を、重要にして欲しいですし、そういった判断をするために、外注さんを選定していく際は、応募者の一人一人と必ずスカイプをやって欲しいんです。

これに関しては、外注さんを募集する際に、

「応募者様を選定するためにも、スカイプを通じて簡単な面接を行います。」

という旨をその募集文に記載しておけばスムーズです。

スカイプを通じて会話してみて、相性が合わないと感じた相手はお断りしていけばいい話なので、まずはとにもかくにも会話をしてみて判断するようにしましょう。

応募者の一人一人と会話するのは若干面倒に感じてしまうかもしれませんが、それを怠って、フィーリングの合わない相手と仕事をしていくよりかは、全然マシだと思います。

なので、面倒だとしても、必ず応募者とは会話をする事をおすすめします。

ちなみに、これは「スカイプ」そのものというよりも、お互いが会話をする事が目的なので、必ずしもその手段が「スカイプ」である必要はありませんが、スカイプであれば通話も無料ですし、アカウントを持っている人も多いため、そういった意味でスカイプをおすすめさせて頂きました。

まれに、応募者の中でスカイプアカウントを持っていない人もいますが、そのような人には、アカウントを取得してもらうようにしましょう。

スカイプアカウント自体は無料で作れますし、それを断ってくる人もまずいないと思うので。

逆に、そういったお願いすら聞いてくれないような応募者がいたとすれば、今後の作業でも言う事を聞いてくれない可能性は高いので、そういった応募者はこちらから願い下げというスタンスで問題ないです。

そういった意味では、そのような”怠慢”な応募者をふるいにかける事ができるという部分でも、応募段階でスカイプ面接を設けておくのにはメリットがあるわけですね。

という事で、外注さんを選定していく際は、必ずスカイプで一人一人と会話をするようにしましょう。

では、この章は以上です。



## なぜ、募集段階での外注さんからの自己アピールは話半分に聞いておく必要があるのか？

前項では、外注さんを選定していく上で、募集段階でまずはスカイプで一人ずつと話をしましょうという事を説明してきました。

それによって、フィーリングが合う相手かどうかを見極める事ができるからですね。

ただ、この時に重要なのは、

**「応募してきた外注さんの自己アピールは、話半分に聞くようにする」**

という事。

なぜなら、自分を良いように見せようとして、話を”盛る”ような人が少なからず存在するからです。

まあ、とはいえ、これはある意味当然と言えば当然で、応募してきた外注さんも”仕事”がかかっているわけですから、多少なりとも自分を売り込むために、やや話を誇張してしまうのは仕方がないのかもしれませんが。

あなたも、何かの面接などをする際、少しでも印象を良くしようと、必死に自己アピールした経験はないでしょうか？（笑）

結局、私たち人間はそういう生き物なんだと思います。（笑）

なので、多少は話を”盛って”アピールしてくる人がいるのは、仕方がない部分もあるわけですが、かといって、それを全て真に受けてしまうのは、仕事を依頼する側としては好ましくありません。

その応募者が言ってる事が、100%その人自身を示しているとは限りませんからね。

「～～なら、とても得意です。」

「～～は完璧にできます。」

「長年、～～の経験があります。」

というような感じで、その人がアピールしてきたとしても、話半分に聞くようにする必要があります。

確かに、それは本当の事を言ってるのかもしれませんが、そうじゃない可能性だってありますからね。

その応募者に悪気がなくても、やはりその背景では、

「何とか作業を依頼してもらいたい」

という心理が働く傾向にあり、そのために応募者が自分を売り込んでくるのはある意味当然なわけです。

応募者が、そうやって自分を売り込む過程で、悪気がなくても話が誇張してしまい、そのアピール内容が、事実と多少かけ離れてしまうという事は十分に起こりうるので、やはりそういった自己アピールに関しては、話半分に聞くようにするのが無難です。

間違っても、

「うわ、この人すごい！」

なんて感情を動かされて、それを理由に仕事の依頼を決めないようにしましょう。（笑）

あくまで大切なのは、

「フィーリングが合うかどうか」

です。

フィーリングが合うのなら「能力」が高いに越した事はありませんが、そのフィーリングが合うかどうかの判断が、応募者からの自己アピールによって惑わされてはいけません。

そうやって自己アピールに惑わされて外注さんを選んでしまうと、いざ作業を任せてみても、

「面接の時と話が違うよ！」

という風になり兼ねないので、そのようなトラブルを避けるためにも、自己アピールは話半分に聞くようにしましょう。

やや極端ではありますが、

「外注さんの自己アピール＝仕事を取るためのリップサービス」

というように考えておけば、変に惑わされる事もないと思います。

という事で、募集段階で外注さんとコンタクトを図る際には、そういった点を留意してみてください。

では、次の章に移ります。

## 外注さんが自ら率先して登録作業をしてくれるような、非常識な外注の依頼方法とは？

外注さんを選定して、いざ商品登録作業を任せていくとなると、基本的にはその都度、

「作業指示」

を外注さんに出す必要があります。

作業指示というのは、要するに、

「〇〇の商品から〇〇の商品まで登録してください」

というような感じで、どこからどこまでの（どの）作業をするかを、外注さんに対して指示していく事ですね。

そのため、どの商品を登録するかという、「商品リサーチ」を自分でした上で、そのリサーチ結果をもとに「作業指示」を出していくので、基本的には、

『商品リサーチと作業指示はセット』

になってきます。

商品登録作業の外注に関しては、あくまで外注さんの作業範囲は”商品登録”であるため、それに先立つ商品リサーチと作業指示は”自分で行う必要がある”という事です。

まあ、商品登録こそが時間と手間のかかる作業なので、それを外注できるだけでも御の字ではありますが、”とある方法”で作業を依頼する事で、

『商品リサーチすらも外注さんが行ってくれて、こちらが作業指示を出さずとも、外注さん自ら進んで商品を登録してくれるようにする』

という事も可能なんです。

しかも、それを「タダ働き」でやってくれるようにすらなります。

つまり、自分が何もしなくても、勝手に外注さんがリサーチしてくれて、タダ働きで商品を登録し続けていってくれる。

そんな、夢のような事を実現する事もできる依頼の仕方があるんですね。

「そんなに都合よくいくわけないだろ」

なんて思うかもしれませんが、実際に私には、そのような作業スタイルで仕事を任す事ができている外注さんも存在します。

じゃあ、それを実現するためには、どうやって作業を依頼していけばいいかというと、これはズバリ、

「出来高報酬制」

で作業を依頼していけばいいんです。

基本的に、商品登録を外注する際は、「1件登録あたり〇〇円」という形で、いわば「固定報酬」を設定して依頼するのが通常ですが、そうではなく、「出来高報酬制」で商品登録を依頼していきます。

具体的には、

『一件ごとの商品登録費用は支給しないものの、登録した商品が売れた場合、その利益の〇〇%を支給する。』

というような設定で依頼するわけですね。

この際の利益の分配をいくらにするかは、ご自身で決めて欲しいと思いますが、私は「40%」の利益を支給するようにしています。

例えば、外注さんが登録した商品が売れて、その商品の利益が1万円だった場合、そのうちの4000円を報酬として、外注さんに支給するわけです。

一見すると、

「報酬、渡し過ぎじゃない？」

と思うかもしれませんが、これは「外注さんにリサーチしてもらう費用」も含めて考えているため、このくらいの報酬にしているんです。

というのも、普通なら、「登録したい商品（売れそうな商品）」を自分でリサーチしてきて、それを登録するよう外注さんに指示をして、初めて登録作業が進んでいくわけですが、今回のこの方法で依頼する場合、リサーチも外注さんにやってもらいます。

ざっくり言うならば、

『売れそうな商品を見つけたら、どんどん勝手に登録しちゃってください。一件ごとの商品登録費用は支給しませんが、その代わり、その商品が売れたら利益の4割渡しますよ。』

というスタイルで仕事を依頼するわけですね。

そうすれば、こちらのリサーチの手間が省けますし、登録してもらった商品が仮に売れなくても、報酬は渡す必要はありませんから、リスクはありません。

その代わり、売れた際には利益の4割を渡すわけですが、それでもこちらは6割の利益を得る事ができます。

リサーチの手間が省けて、勝手に商品を登録してくれて、それが売れたら利益の6割が自分に残る。

それって、こちらとしては、かなり”美味しい”と思いませんか？

また、外注さんによっては、「一件あたり50円」というような細々とした報酬をもらうよりも、「売れたら利益の40%」というような、“夢”のある仕事の方に、より”やりがい”を感じてくれる人もいます。

これは、その外注さんとの交渉次第ですが、そういった依頼方法に興味があるような外注さんであれば、そのような依頼方法で、積極的に打診していてもいいと思います。

そうすることで、「自分」と「外注さん」の双方がメリットを感じられる、いわゆる「Win-Win」の関係を気付くことだってできるわけですからね。

なので、ある程度、自分が作業を外注することに慣れてきて、その外注さんとの関係も深まってきているなら、こういった「出来高報酬制」の依頼を試みるのもあります。

このような依頼方法をうまく活用していけば、自分が手を離していても、売れる見込みのある商品が登録されていき（実質、無料で登録してくれる）、売上もどんどん伸びていくはずです。

余裕があれば、ぜひ、この”非常識”な依頼方法も試してみてください。

では次です。



## 外注さんとの効率良く連携していく為に、必ず利用したい3種の神器とは？

ここまでの説明で、外注さんを選ぶ方法であったり、仕事を任せていく方法などを解説してきましたが、いざ実際に作業を外注した後で重要になってくるのが、

「外注さんとの適切なコミュニケーションを図っていく」

という事です。

外注さんに依頼した作業を着実にこなしてもらい、ビジネスの成果を最大化させるためには、お互いの適切なコミュニケーションが必要なのは言うまでもありません。

ただし、特に作業を任せた最初の段階などでは、外注さんの方で、作業に関する不明点などが発生してくる事がよくありますので、特に初期段階なんかはコミュニケーションの頻度が高くなってくるものです。

その際、いちいちメールボックスを開いて、件名を入れて、ビジネスライクなメール形式にして・・・

なんて事をしていたら、コミュニケーションの効率もかなり悪くなってしまいますよね。

効率が悪くなるという事は、作業が円滑に進まないわけですから、当然ながらビジネス的にはNGです。

で、そんな時に是非おすすめしたいのが、以下の「3種の神器」です。

- ・スカイプ
- ・チャットワーク
- ・Dropbox

これらを以下に簡単に補足しますね。

=====

### 【スカイプ】

<https://www.skype.com/ja/>

無料で、電話やテレビ電話といった事ができるサービス。

スカイプのアカウントが繋がっている相手であれば、ほぼワンクリックで電話やテレビ電話ができ、迅速なコミュニケーションを可能にする。

また、電話機能の他にも、チャット機能が使えるため、テキストメッセージでのやり取りも迅速に行える。

### 【チャットワーク】

<http://www.chatwork.com/ja/>

チャット形式でのテキストメッセージのやり取りはもちろん、通話機能なども利用できるサービス。

通話機能に関して言えば、音質などはスカイプに劣るものの、「タスク管理機能」や過去メッセージの「テキスト検索機能」があるなど、チャットでのやり取りにおいては、スカイプよりもチャットワークに分がある。

### 【Dropbox】

<https://www.dropbox.com/ja/>

クラウド上で、ファイルを保存したり共有したりできるサービス。

テキストや通話でのやり取りだけでなく、ファイルなどのやり取りをする場合、このDropboxを利用すれば、非常に効率良くやり取りが可能になる。

=====

それぞれが、このような機能を持ったサービスになります。

今の時代、メールだけでテキストやファイルのやり取りをするというのは、かなり効率が悪いと言えます。

このような便利なサービスがあるんですから、外注さんとのコミュニケーションには積極的にこの「3種の神器」を導入してみてください。

それだけでも、コミュニケーションのスピードが変わり、時短しながら効率良く外注化を進めていく事ができるはずです。

ちなみに、それぞれの用途としては、

- ・スカイプ→通話する際
- ・チャットワーク→テキストでやり取りする際
- ・Dropbox→ファイルを送受信する際

という感じで使い分けていくのが良いかと思います。

チャットワークでも通話はできますが、いまいち音質が良くなかったりしますし、その逆にスカイプでもチャット形式でのテキスト送受信は可能ですが、チャットワークの方が機能が豊富です。

よって、先ほど示したような形で、コミュニケーションのシーンごとに使い分けていってみてください。

以上が、外注さんと効率よく連携していく上で、必ず利用したい3種の神器でした。

## 最後に

いかがでしたでしょうか。

このコンテンツでは、時短戦略について解説してきました。

時短戦略は基本的に「外注化」が伴ってきますので、慣れない最初のうちは苦勞する事もあるかもしれませんが、頑張って乗り越えていくだけの価値は十分にあります。

やはり、ビジネスはスピードが命な部分もありますので、いかにスピード感を持ってビジネスを進めていくかが、得られる利益を大きく左右する事になるからです。

ちょっとずつでいいので、余裕が出てきたらぜひこの時短戦略をあなたのビジネスに取り入れてみてください。

不明点など出てきたら、いつでもサポートしますので、お気軽にご相談頂ければ幸いです。

最後までお読みくださりありがとうございました。

また次のコンテンツでお会いしましょう！

ゆのきち