

「アーティストのためのワークショップ2023」

(テーマ概要*2023・1・9更新)

- ▼ アートが事業（生業）として成立する10のポイント
 - ▼ アーティストのキャラクター
 - アーティストは見られている
 - Wiki記事
 - 服装
 - ▼ 「アーティストとは」という固定概念
 - 過去のアーティストのワークスタイルを捨てよう
 - ▼ 時代における生業としてのアーティストの中央値
 - ルネサンス期は、建築・デザイン事務所
 - 王政時代は公務員、写真館
 - 印象派時代はベンチャー企業
 - 20世紀はタレント
 - 21世紀は？
 - 社会とどう関わるか
 - あなたがアーティストである理由
 - アーティストネームの付け方
 - 自己紹介8秒+8秒の極意
 - 顔を覚えてもらう方法
- ▼ アートのキャラクター
 - 自作の美術史的ポジション
 - 自作の個性
 - 作風の重要性について
 - 作品の意味
 - 自作の良いところ悪いところ
 - コンセプトとコンテキスト
- ▼ ペインポイント
 - どうしてアートを購入するのか
 - どうしてあなたの作品が売れないのか
 - 見てくれる。。。から褒める、買うまでの道
 - アートは何の役に立つのか
- ▼ ソリューション（自分の立ち位置と切り口）
 - あなたの好きな人と好きじゃない人
 - あなたの作品を家に飾る人たち
- ▼ マーケティング
 - マーケット、顧客層を知る
 - 作品の露出
 - ▼ SNSの活用
 - ▼ フォロワー数の現実
 - フォロワーが多い=認知度が高いではない
 - アカウントの情報価値を高める
 - 時々インフォメーション（宣伝）
 - ▼ アーティストの露出
 - 写真より映像
- ▼ マネタイズの方法
 - 適切な展示場所を知る
 - 適切な販売方法とは何か
 - 適切な価格帯とは何か

- 買ってくれるお客様層を掴む方法
- ▼ 競争相手、ライバル、作風のトレンド
 - 作風の似ている作家を知る
 - 好きな作家を作る
 - 真似されたらどうするか
 - 作風変化についての考え方
- ▼ チーム、マスターマインド（必要なスタッフ、仲間、パートナー）
 - マスターマインドとは
 - 自分が出来ることと出来ないことを知る
 - 人望と目標の実現の関係
- ▼ マネタイズまでのファイナンス
 - 予算計画を作ろう
 - サポーター
 - パトロン
 - 自作品の価値創造法
 - クラウドファンディング
 - アート資産の運用
- ▼ ビジョン
 - ビジョンと夢の違い
 - 1年後
 - 3年後
 - 5年後
 - 祈りと社会貢献のビジョン
 - 確信に至る道
- ▼ 販売の極意
 - ▼ ネット通販
 - ネット販売は、特別感が必要。
 - アートのネット通販は自家製、ギャラリー、大手アートモールの3択
 - DIY型個人ネット通販ポータルサイトがアートに向かない理由
 - 基本的な作品の装丁
 - 価格の付け方
 - 集客の極意
 - 個展のやり方
 - ギャラリーとの付き合い方
 - 今買ってくれなくても、必ず買ってくれる、サポートしてくれる人の存在
 - 告知と成約率の相関