

◇ ネットショップ運営を行う前に

「1. 商品」、「2. 販売サイト」、「3. システム」、「4. 運営組織」について検討する

<ネットショップ運営に必要な4M>

Material 物

1. 商品

自社製造製品

仕入れ商品

商品の品揃えにより、販売戦略を検討する

Method 方法

2. 販売サイト

ネットモール

自社サイト

ネットモール(楽天→Yahoo!→bidders)で集客した後、自社サイトにお客様を誘導する

Machine 機械

3. システム

作業用パソコン

受注・在庫・商品管理ソフト

複数の販売サイトを共有化し、受注・在庫・商品管理を一括で管理できる様にする

Man 人

4. 運営組織

組織運営

運営改善

商品企画

商品仕入

商品出品

商品管理

受注管理

発送管理

お客様対応

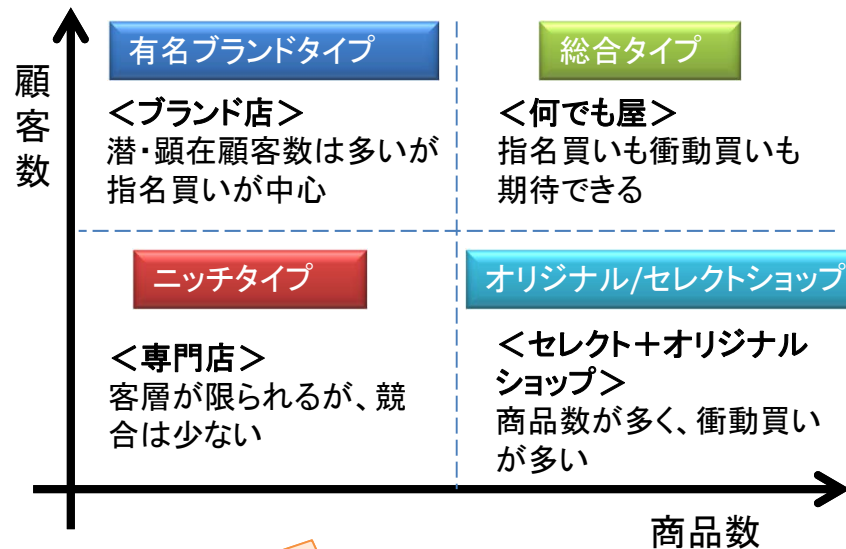
複数の販売サイトを共有化し、受注・在庫・商品管理を一括で管理できる様にする

インターネットでの商品販売タイプ

S&Tパートナーズ株式会社
Confidential

- ◇ 商品販売タイプにより、販売戦略が異なる
- ◇ 最終的には店舗のコンセプトに沿った商品を数多く揃えることで、集客とリピータ化を効果的に行えるショップとする

■ 4種類の商品販売タイプ



- ①はじめは店舗のコンセプトに沿った少ない商品群で顧客を確保する
- ②店舗のコンセプトを保ちつつ商品数を増やし、ショップを充実させ客層を広げる

有名ブランドタイプ

番型で価格を比較されるため、集客は行いやすいが薄利多売の商売となる
→①トレンドを掴んだ商品を幅広く販売する
②集客を効率的に行う

ニッチタイプ

マニア向け商品やイベント用品など、数は売れないが競合他社が少ない
→①検索対策を重視。検索からお客様をお店に呼び込む
②店舗のコンセプトを明確にし、リピーター化を積極的に行う

オリジナル/セレクトショップ

商品の知名度が低いため売るための工夫が必要
→①商品価値をお客様に伝える
②ターゲット層を効率よく集客する

総合タイプ

数多い品揃えによる、露出・集客効果がある
→①客寄せ商品と利益率の高い商品を一緒に購入して頂く様に工夫する
②店舗のコンセプトを明確にし、リピーター化を積極的に行う

- ◇お客様に自分のショップを利用しなくてはならない理由を見せる
- ◇お客様とセンスで繋がる

新顧客獲得に商品力はもちろんだがもっと重要なことがある

インターネットでは、この商品が素晴らしいかどうかは実際に手に取るまでわからない

- ・新規のお客様は期待感で商品を購入する → **商品の魅力をいかにお客様に伝えるかが重要**
→商品の使用方法を丁寧に説明し、商品使用のシチュエーションをお客様に提案する
- ・新規のお客様は不安な気持ちで商品を購入する → **素晴らしい商品であることの証拠を伝える**
→お客様の声、ランキング、プレスリリースで商品と会社の価値を伝える

よくある間違い

- ✗ ポイントや送料無料の安さのみをウリにしてお客を集める？
→ 売り手が安売りでお客様を集めた結果、価格だけで商品判断するお客様が生まれやすい
- ✗ どこのお店でも買えるけど人気の商品売っている？
→ どこでも買える商品だけではお客様は共感を示さない

お客様と価値観を共有することが重要

センスをお客様と共有する → SENSEとは英語で五感の意味。「感じる」ということ。
ホームページ等を通してお客様とセンスを共有して下さい。
貴社とお客様が同じ価値観を感じ合うことがリピーター化に重要です