

株式会社ピーシー・ブレイン 047-311-6677

☆今月のメニュー

■ネット販売の基本

- 基本はあくまでも通信販売
- ネット販売を始めるにはどのタイプのショップから？
- ショッピングモール出店
- 自社構築型ショップ
- ショップ開業サービス
- ショッピングカートの問題ではありません

■ポイント制と集客

ネット販売では、ポイント制を導入したいと考えるショップは多く、実際に導入して売上げに効果をあげている店舗もあります。

ところがこのポイント制、ショップ側と利用者側では意識にかなり違いがあるのをご存じでしょうか？

ショップ側してみれば、現金値引きではないので直接的な負担がなく手取り早く提供できるサービスなど、導入すれば「ポイント欲しさにリピートしてくれるだろうから自店で買ってくれる」と考えがちです。

一方、利用者に見てみればポイントをどれだけ貯めやすいか、ポイントの使い道(交換できる商品・サービス)がどれだけ魅力的なのかが一番の関心事項です。

商品数が多くないショップが独自のポイントを発行して自店の商品のみと交換できるようにしているケースと、楽天のようにポイント10倍キャンペーンなどで貯めやすいイベントがあり、交換商品も他店も含めた数多く選択肢があるケースを比べてみれば、どちらが利用者にとって魅力的なのかは自明でしょう。

ポイント制自体は、元々リピート客のためのサービスで、リピート率を高めて優良客へ引き上げるための施策です。新規顧客獲得にはほとんど効果がありません。



こんにちは、ピーシー・ブレインの高山です。
先日発表されたグラミー賞では日本人アーティストが4人も受賞しました。このところ日本経済は元気ありませんが、日本文化はクール・ジャパンとしてまだまだ元気なのが嬉しいですね。

さて、ホームページの活用方法を中心とした「WEBマーケティングのヒント」というタイトルで、情報をお届けいたします。

ネット販売を始める前に

いわゆるネットショップとして、ホームページで販売したいと考える企業は今も昔も少なくありません。

ホームページを作っただけで商品を販売すれば、いくらでも売れるのではないかと期待してしまう企業の方もまだまだいるのですが、ホームページが珍しかった時代であればともかく、現在のようにインターネットが普及した時代においては、ただなんとなくネットショップを作っても勝手に売れるということはありません。

そこで、今回はネット販売の基本的な考え方、始めるときにどうするかなどについて紹介したいと思います。

▼ネット販売の市場規模

経済産業省のレポート(平成21年1月から12月までの電子商取引実態調査)によれば、BtoB EC市場規模は約131兆円(前年比17.5%減)、BtoC EC市場規模は6.7兆円(前年比10.0%増)となっています。

また、野村総合研究所のレポート(2015年度までのIT主要市場の規模とトレンドを展望)によれば、2010年度のBtoC EC市場規模は7.3兆円、2015年度の予測は11.8兆円と予測されており、まだまだ成長する市場であると言えます。

基本はあくまでも通信販売

ネット販売とは、通信販売の一形態です。ショッピングカートやシステム、オンライン決済など機能が取りざたされることも多いのですが、あくまでも通信販売の一つの形式にすぎません。ところが、ネットショップを始めるとこの当たり前のことを忘れてしまう人も多いのです。

通信販売の多くは無店舗ですから、存在を知ってもらうためには広告宣伝は欠かせません。(店舗のある通信販売だとしても、商圈を超えて販売しようとするにはネット上での広告が必要です)ところが、ネット販売の場合には、ネットショップを作っただけで勝手に売れるのではないかと勘違いしてしまい、全く広告宣伝に力を入れない、あるいはそもそも広告予算を想定していないというケースがあります。

たしかにインターネットは、他の媒体に比べれば効率がよいので小予算で効果を得ることが可能ですが、さすがにゼロでは効果をあげるためにはとても手間をかける

る時間をかける必要があります。

通販のプロセスではネットショップは一部にすぎません。販売以外の、広告、集客、マーケティング、顧客サポート業務についても必要なので、ショップ作りしか考えていないようでは準備不足です。

▼向いていない商品？

また、商品の種類によってはネット販売に向いていないと最初から決めつけしまう人もいますが、基本的にはインターネットではたいしたものも販売することができます。ただ販売できるといってもその方法は一律ではありません。注文から決済までの全ての手続きをネット上で完結してしまうものもあれば、引き合いを営業マンに取り次ぐまでをホームページの役割にすることで販売に結びつけるのかによって、スタイルは大きく異なります。スタイルにあったネット販売の仕組みを作る必要があります。

ネット販売を始めるにはどのタイプのショップから？

ネット販売を始めるにあたり、ネットショップ出店の方法には大きく3通りの形態があることを覚えておきましょう。

1つ目は、「楽天市場」や「ヤフーショッピング」、Amazonといったショッピングモールに出店する方法です。大手のモールの楽天で121,807社、ヤフーで20,453店舗が現時点で出店しています。

2つ目は、自社で独自のネットショップを立ち上げるという方法です。通販用のシステムをパッケージや自社開発で作ってしまうやり方で、売上高が一定以上の販売店では見受けられます。

そして3つ目は、ネットショップ開業者向けのサービスを利用する方法です。ショッピングカートや決済代行などの機能があらかじめ用意されているサービスを利用して自社ショップとして立ち上げて運営する方法です。

実際にはこれらのうちいずれか一つの形態で運営されるというのではなく、実店舗にも支店があるように複数の形態のネットショップを運営している企業もあります。(例:本店、楽天店、ヤフー店、〇〇店と展開)

では、それぞれの形態の特徴について少し詳しく説明しましょう。

株式会社ピーシー・ブレイン

〒270-2253
千葉県松戸市日暮 1-2-6
勝どきビル3F

電話番号
047-311-6677

Fax
047-311-6678

E-mail
info@pcbrain.co.jp

受付時間:
9:00～17:30

地域で一番ネットを使った商売に
詳しいコンサルティング企業

- Web マーケティングコンサル
- ネット集客支援
- ホームページ制作
- SEOリニューアル
- WEBシステム開発



当社 Web サイト
URL:
http://www.pcbrain.co.jp
http://www.webquick.jp



ショッピングモールへの出店

ショッピングモールへの出店は、なんといっても**モール自体の集客力**が大きな魅力です。多くの会員を抱えるモールには常にたくさんのアクセスがあります。毎年行われるインターネット関連の調査でも、通信販売で利用するサービスとして楽天の名前が上位になっているように、買う側にとっても購入先の有力候補としていることが多いのです。ネットショップの機能も充実していて、かなりいろいろなことができるようになってきました。通販のオペレーションに困るようなことはほとんどありません

▼注意点
一方で、モール自体では出店にあたって制限を設けて

います。モール側で集客したお客が他へ流出されては困るというのがその一番の理由で、そのためホームページも外部リンク禁止やリストに自由にアクセスできないなど制限も多いのです。また、**出店者が多い＝競合が多い**ということになるので、同じ商品を扱っているようなケースは価格競争になることも少なくありません。結局、他店よりも目立つ、より多く露出するためにより広告関連の費用に投資することになり、当初思っている以上の費用を費やしているところが多いのです。それでも全てのショップが順調に売上を稼げる訳ではなく、出店者のほとんどが赤字という状況だったりすることもあり、結局モールに頼るだけではダメなのです。

自社構築型ネットショップ

EC パッケージなどを利用して、独自のネットショップを構築する方法です。自社のホームページとのデザインの統一性や、ショッピングモールではレイアウトの関係で掲載しきれないようなたくさんの情報を掲載することもできます。

また、ショッピングモールやサービス運営会社に利用料や手数料などを支払う必要がないため、粗利率を高くすることが可能です。

ですが、自社で構築するためには費用がかなりかかります。最低限でも 300 万円程度から在庫管理や高機能な顧客管理と組み合わせると 1 千万円を優に超える投資が必要になってしまいます。

ですので、既に他の方法でネット販売の実績がある、あるいは通販として実績がある場合を除いて、最初からこの方法でネットショップを構築するのはおすすめしません。

ネットショップ向けサービスの利用

ネット販売に必要な機能、例えばショッピングカートや受注管理などがカンタンに利用できるようにあらかじめ用意されています。また、ショッピングモールへの出店に比べるとデザインの制限は緩いので、カスタマイズ次第で自社ホームページと統一感のあるデザインにすることもできます。

この方法は、自社で全ての仕組みを用意する場合に比べて短期間で構築でき、モール出店に比べて費用を抑えることができるため、初めてネットショップを立ち上げる場合には最適な方法とも言えます。

▼注意点
このタイプのサービスにはいろいろな種類があり、料金もまちまちです。ショッピングカート機能だけであればそれこそ無料のものもありますが、販売商品の構成や販売方法に合わないケース(例: サイズ、色違い商品、寸法指定が必要等々)もあり思ったように利用できないこともあります。十分に下調べして、販売商品や販売方法に適したサービスを選択してください。

ショッピングカートの問題ではありません

いまやネットショップの代名詞ともなってしまった「**ショッピングカート**」ですが、これがないとネット販売ができないかというとは実はそうではありません。

ショッピングカートは、複数の商品を同時に購入する際に、出し入れをカンタンにする仕組みとして考えられたものです。ですので、商品やサービスの性格上、複数の商品を同時に購入するケースがほとんどない場合には、購入までのステップ・手間が増えるだけで意味がありません。

単品販売の場合には全く意味がないのです。欲しいと思うような商品であれば、ショッピングカートがなくても、電話、FAX、メールで注文するのです。注文を受けるだけであれば、**メールフォーム**があれば十分なのです。いかに欲しいと思ってもらえるか、その想いがどれだけ伝わるかが重要なのであって、ショッピングカートをつけたからといって商品売れる訳ではないのです。

ニュースレターを讀んでの感想、取り上げて欲しいテーマ、相談など、ぜひご意見をお聞かせ下さい！
→ FAX:047-311-6678 / 電子メール: info@pcbrain.co.jp

株式会社ピーシー・ブレイン

発行責任者: 高山卓巳
〒270-2253 千葉県松戸市日暮 1-2-6 勝どきビル3F

TEL: 047-311-6677 FAX: 047-311-6678 Email: info@pcbrain.co.jp

