

第一部

長期的に売るためのコツ

加島龍一

BUPPAN Webinar 2019年 4月

第1部 目次

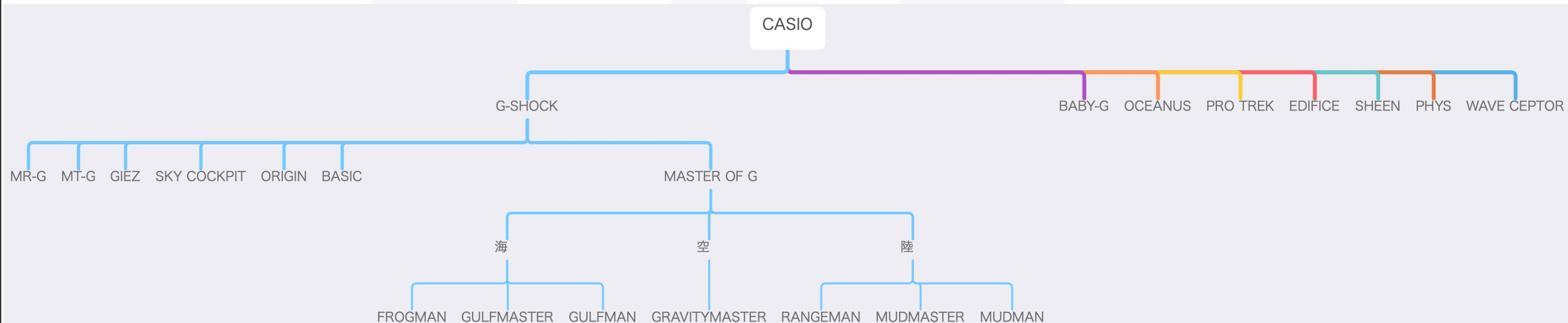
- 参入障壁を意図的に用意する
- 価格競争しないためのポジショニングをする
- 長期的に行えるレビュー施策を用意する
- ゴールを想定して最高の状態を創り出す

参入障壁を意図的に用意する

- 商標権を用意して、ブランド名や商品名を守る
- 意匠権を用意して、商品の形状を守る
- 独占契約で、他社が販売できないようにする
- 不正競争防止法を活用できる工場とだけ取引を行う

商標権を用意してブランド名や商品名を守る

- ・ハウスマーク
- ・ファミリーネーム
- ・ペットネーム



参入障壁を意図的に用意する

- 商標権を用意して、ブランド名や商品名を守る
- 意匠権を用意して、商品の形状を守る
- 独占契約で、他社が販売できないようにする
- 不正競争防止法を活用できる工場とだけ取引を行う

不正競争防止法とは

- とても割愛して一言で言うと「パクってはいけない」という法律
- 工場にはオリジナルを生産する工場と、模倣品を生産する工場がある
- オリジナルは「オリジナル」というだけで権利が認められる
- 「タオバオで販売しているから」という理由では圧倒的に不足している
- 「知らずに販売した」はそれだけで罪。あらかじめ知る必要がある。

価格競争しないためのポジショニング

- 最初から最後まで高く売るために、高くても欲しくなる理由を用意する
- 価格や機能は重要なファクター。しかしそれを無視しても欲しくなる理由
- むやみに値下げをしない。お客は一部始終をみている。大切なのは信頼。
- 圧倒的安さ。継続的で持続可能な低価格戦略は無類の強さ。

長期的に行えるレビュー施策を用意

- 商品やプラットフォームによってレビュー施策をカスタマイズする
- サクラレビューのような短期的で継続不可の施策は価値が最低
- 販売開始から販売をやめるまで自動的に継続可能な施策の価値が最高
- 低評価のレビューは真摯に受け止め商品改善の速度を上げる
- 間違った低評価のレビューには全力で反論

ゴールを想定して最高の状態を創り出す

- 高評価のレビューが大量に投稿され続けていてもはや無敵状態
- 製品が良すぎて、変な低評価のレビューにはお客が反論するレベル
- 同じ所から仕入れようとしても独占契約で介入することができない
- ブランド名も、商品形状も真似できず、模倣品を販売することができない
- 製品改善、LP改善の速度が速すぎて、とても追いつくことができない
- SEOも埋め尽くされていて、ビックワード開いたらそいつしか出てこない