

BUPPAN

ウェビナー

# Wowma!での販売手法について

担当：BUPPAN!! コンサルタント 村瀬直人

# アジェンダ

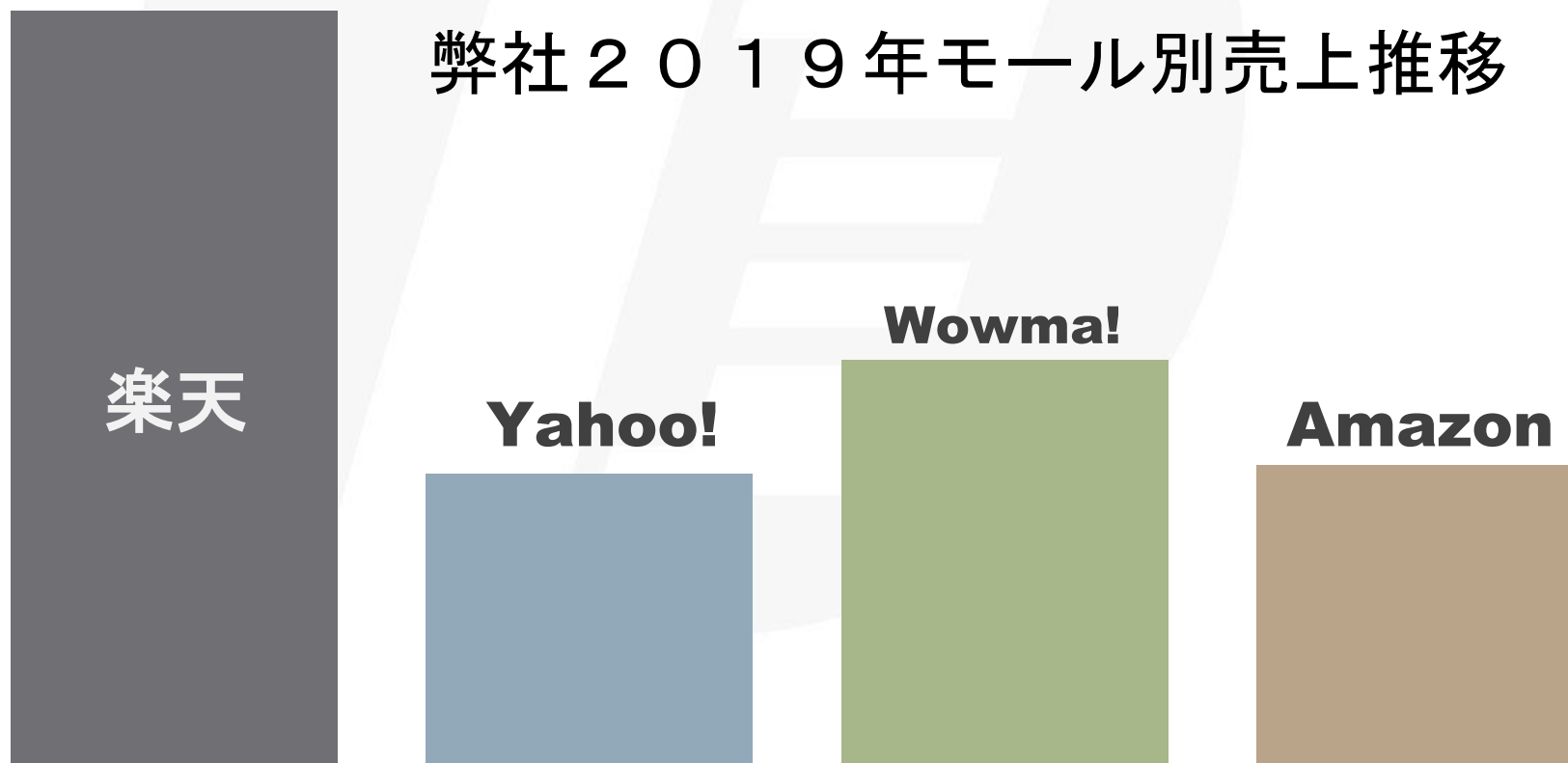
- 他モール展開について
- Wowma!ってこれくらい売れる。
- Wowma!をお勧めする人。お勧めしない人
- S E O など、売っていくための基礎知識

# 他モール展開について



楽天、ヤフー、アマゾンの主要モール以外でも積極的に他モール展開で販売していきました。その中でも**昨対比で一番の伸び率を見せたのがWowma!**でした。

弊社2019年モール別売上推移



# 他モール展開について



## メリット

- ・ 商材を変えずに+αの売り上げを作ることができる。
- ・ 他モールでのシェアもとれればブランド認知度があがる。  
(楽天月間検索KWで、指名検索がPC 3位、スマホ5位まで上昇、  
去年は32位 指名アクセス数は約4倍に上昇)
- ・ 売り上げを分散できるので気持ち的に安心する。

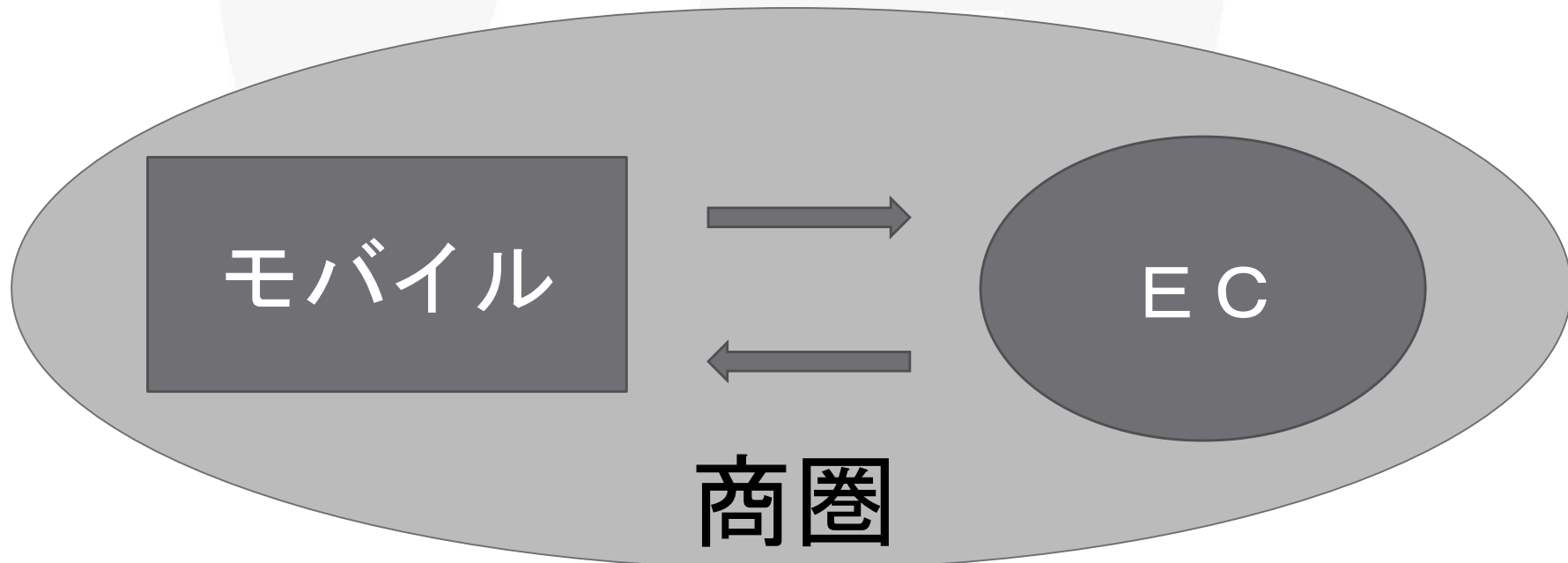
## デメリット

- ・ 業務が分散されるのでリソースがない方は注意！
- ・ ある程度力をいれないと当然売れない。
- ・ 出店費用、人件費コストなどの初期コストがかかる

# 現在の E C 業界の全体像

・それぞれの商圈獲得のため、日本のモバイル会社は E C に注力。  
逆に E C はモバイルに注力

例：楽天→楽天モバイル ソフトバンク→ヤフー、Paypayモール  
A U→Wowma! Docomo→dショッピング、マガシーク



# Wowmaってこんなモール

## Wowma全体の流通総額

- ・2019年・・・おそらく1000億は突破！！（2018年は990億（推定））

<https://ecclab.empowershop.co.jp/archives/58388>

（参考・・・2018年EC流通総額ランキング）

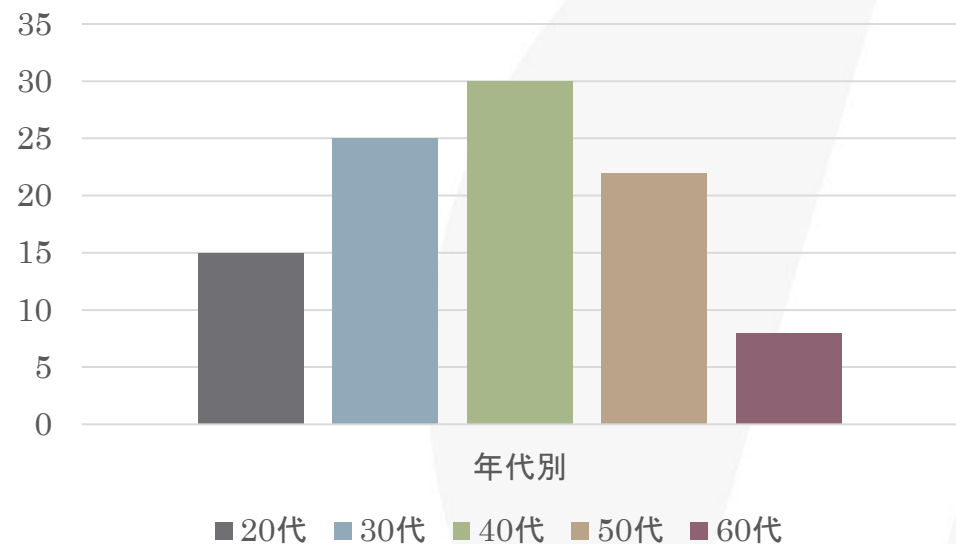
## Qoo10より少し上くらいの流通規模

- ・やってみた肌感・・・～2000円の低価格商材はQoo10が売れる。  
それ以上の価格帯はWowma!が売れる。

**スマホ経由の売上が95%**

# ビッグデータ購入ユーザー属性

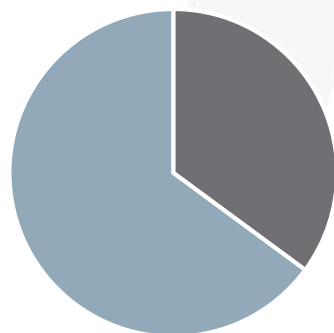
## 購買者比率



## 年代別

- ・ 20代 ・ ・ ・ 約15%(減少傾向)
- ・ 30代 ・ ・ ・ 約25%(減少傾向)
- ・ 40代 ・ ・ ・ 約30%(横ばい)
- ・ 50代 ・ ・ ・ 約22%(上昇傾向)
- ・ 60代 ・ ・ ・ 約8%(上昇傾向)

## 男女比



■ 男性 ■ 女性

男女比 男性 35,1% 女性64.9%

楽天 & ヤフーのいいとこどりモール！？

## au負担の**ポイント20倍**施策

[https://wowma.jp/event/smr\\_pointup/index.html](https://wowma.jp/event/smr_pointup/index.html)

スマパスプレミアム会員数  
650万会員にアプローチ  
(2018/12月時点)

楽天のSPU、Paypayモールの20倍還元施策を参考に！？

- Wowma!このくらい売れた

### 弊社実績

- 12月昨年対比 467.1%
- 通常月も月商300~700万
- 繁忙期12月は1000万弱

**注力しているライバルが少なく、注力したらシェアをとれるモール**

<前の月

		実績				
		2019年12月	2018年12月	2019年11月		
主要	売上	10,007,070円	2,142,560円	467.1%	7,536,160円	132.8%
	UU	82,686人	28,156人	293.7%	78,865人	104.8%
	PV	172,543回	54,568回	316.2%	156,006回	110.6%

# Wowma!をお勧めする人、お勧めしない人

## お勧めする人

- ・ ニッチすぎない商材を扱ってる人。
- ・ 主要モールのシェアをある程度取ってて横展開したい人。
- ・ 他モールの成功事例がある人
- ・ 人が余ってて新しいことにチャレンジさせたい人

## お勧めしない人

- ・ ニッチすぎる商材を扱ってる人。
- ・ 主要モールのシェアをこれから取る人
- ・ 商材をこれから探したり、始めたばかりの人
- ・ リソースが整っていない人

# Wowma!の基礎知識

- ・ S E Oの基礎知識
- ・ 店舗スコア
- ・ この日をまずは注力しよう！
- ・ はまった施策ご紹介
- ・ おまけ

# SEOについて（検索対策）



# 内部要因

1 : 商品名

2 : 出品カテゴリ名

3 : 検索キーワード

4 : 店舗名

5 : 商品説明

検索の影響力

# 外部要因

1 : カテゴリマッチ度

2 : 売上個数 (金額)

3 : キーワードマッチ度

4 : 商品ページのPV

5 : 商品レビュー

検索の影響力

# 店舗スコア

- ・ 店舗スコアが高いとSEO優遇がある（10点満点）
- ・ 直近3ヶ月の注文が対象になる。
- ・ 出店6ヶ月未満は5点（集計が不可なため）
- ・ 過去3ヶ月の注文が60件以下は2点（集計数が足りないため）
- ・ ペナルティー（規約違反）をした、またはクレーム率30%超える店舗は0点

# 店舗スコア

## 基本項目スコア

「平均値×0.7」が店舗スコアの合計に加算

- ・ 店舗都合キャンセル率
- ・ 納期遅延率
- ・ 店舗レビュー
- ・ ユーザークレーム
- ・ 商品レビュー平均点

## 追加項目スコア

「平均値×0.3」が店舗スコアの合計に加算

- ・ 送料無料商品率
- ・ お届けリードタイム設定商品率
- ・ 入荷リクエスト対応率
- ・ 店舗問い合わせ対応率
- ・ 利用可能決済数
- ・ お届け日時指定設定商品率
- ・ 店舗リピート率

この日に注力！Wowma!で売れる日

- 月初
- 三太郎の日
- 還元祭

# 月初（1日）

- ・ 月初に売れる理由は決済方法にあり！
- ・ 多くのユーザーがauかんたん決済で決済をする。

**20歳以上の 月の限度額は10,000円～100,000円**  
契約年数、契約内容、お支払い状況によって変動

**毎月1日の午前0時にリセットされる**

# 三太郎の日

3日、13日、23日の3のつく日  
(0:00~23:59)

<https://www.au.com/3day/>

スマパスプレミアム会員はさらにポイントが  
**プラス5倍**でお買い物できる。  
2019年1月は25倍ポイント

# 還元祭

買い回りでポイント+10%還元（お買い○マラソン！？）

<https://wowma.jp/event/monthly-campaign/sale.html>

いろいろ合わせて最大25%還元  
（お買い物特典プログラム15%）

[https://wowma.jp/campaign/benefit/index.html?spe\\_id=prom638580794](https://wowma.jp/campaign/benefit/index.html?spe_id=prom638580794)

## 参加店舗共通クーポン

8,000円以上1,000円OFF

4,000円以上500円OFF

2,400円以上300円OFF



広告を買うことでWOWMA負担のクーポンを発行してくれる。

# はまった施策

## タイムライン（無料）

店舗が月/5回、商品が月/10回配信できる。お気に入り登録をされ、タイムラインの配信をすることで通知がされる。  
店舗のお気に入り登録は**全購入者にされる自動登録**されるため実質的にはリピータ施策に効果的。

### 購入者施策

お気に入り商品登録者のうち実際の購入者は10%程度  
お気に入り登録数の多い商品にフリーメッセージを配信

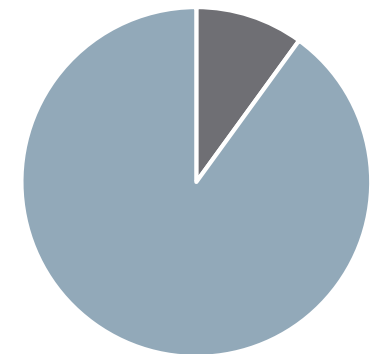
### 未購入者施策

SNS感覚でメルマガより手軽にお客に訴求できる



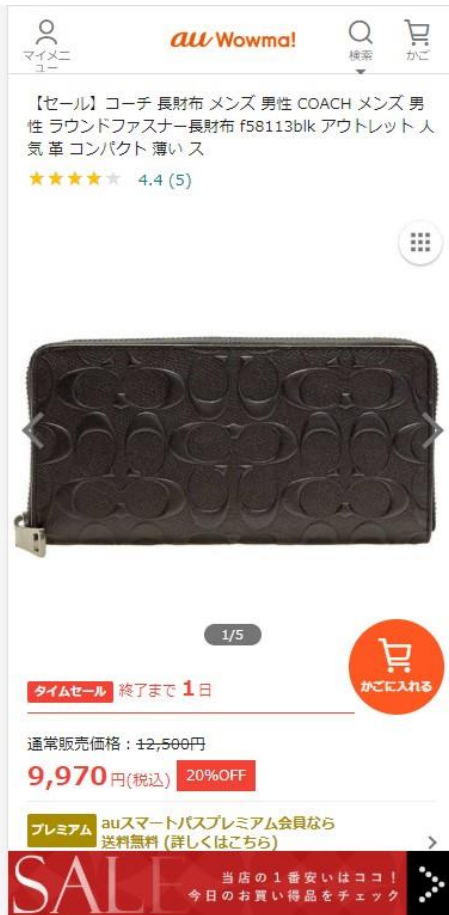
アプリのタブバーに  
タイムライン  
を追加

お気に入り登録者



■ 購入者 ■ 未購入

# (おまけ) 追従バナー



**SALE** 当店の1番安いはココ!  
今日のお買い得品をチェック

ページ情報

【必須】商品説明 (共通)	全角512文字 (半角1,024文字) 以内 ※使用できるHTMLタグ:   <center> <font> <hr> <a>
SP用商品説明	全角5,120文字 (半角10,240文字) 以内 ※使用できないHTMLタグ
PC用商品説明	全角5,120文字 (半角10,240文字) 以内 ※使用できないHTMLタグ

ここが一番下に入力

ここが一番下に入力

```
<div style="position:fixed; left:0; bottom:0; z-index:9970;"><a target="_blank" href="リンク先">  
</a></div>
```



ご清聴ありがとうございました！

BUPPAN

ウェビナー

# Wowma!での販売手法について

担当：BUPPAN!! コンサルタント 村瀬直人