

BUPPAN Webinar

2020/07

(商品数量 = 多) × (こっさり商品)

をきっちり運営する

自社ブランド中国OEM の成功事例

(商品数量 = 多) x (こっそり商品)
をきっちり運営する
自社ブランド中国OEMの成功事例

- 月商500万 ~ 2000万円オーバー までの軌跡
 - 1000オーバーのSKU を 自社ブランドOEM
 - 縦のほりこみ、そして、横の展開
 - BUPPAN でうまく活用できた、役に立ったコンテンツ
- 在庫切れ、資金管理、発注、レビューマネジメント、様々なオペレーションをどうやってこなす？

どんなアカウントの運営？

こんな感じの商品ラインナップ

<https://www.amazon.co.jp/s?me=A9JNV5GV8V8SY&marketplaceID=A1VC38T7YXB528>

<https://www.amazon.co.jp/s?me=A1XP7Q5VOJ8AZY&marketplaceID=A1VC38T7YXB528>

どんなアカウントの運営？

分かりやすく言うと、、、

月間で 数個～数百個売れる 自社OEM商品 を、

数百種類

低単価

ラインナップ している。

どんなアカウントの運営？

古くて新しいスタイル。。。？

月間で 数個～数百個売れる 自社OEM商品 を、
数百種類 ラインナップ している。

かつて、タオバオ、アリババ からの転売が発見された時、
流行したモデルと似ている。

どんなアカウントの運営？

古くて新しいスタイル。。。？

かつて、タオバオ、アリババ からの転売が発見された時、
流行したモデルと似ている。

当時起こった事：

どんなアカウントの運営？

古くて新しいスタイル。。。？

かつて、タオバオ、アリババ からの転売が発見された時、
流行したモデルと似ている。

当時と何が違う？：

2年前はこんな事感じでした。。。。

- 物販経験ゼロからスタート
- 売り上げを維持、伸ばすためには新商品をどんどん出品し、レビュー操作
- カタログの作成から商品説明まで他社を単純にマネする
 - （今思えば良く売れていたなと感心します）
- ただただ、在庫を確認し発注することの繰り返し
- Amazonのカatalogへの攻撃がすさまじくなり、対処の方法もわからずやられたい放題
- でAmazonでの販売を撤退しようかと考えておりました。

2019年から、変えていった事

(転機 ~ 理論武装しました)

- 販売数量だけ気にしていましたが、実はKWベースのパフォーマンスが重要であることを知る
- 攻撃に対しての対処法を知る。
- Amazonのアルゴリズム、レビューについてなどを知る。
- あれこれ他言できないことを知る (笑)

(それを実践 ~ 事例：カタログのチューニング)

- 類似商品を5商品ほどピックアップ ~ KWの逆引き ~
- 商品名、検索KWの修正、商品の箇条書き説明にKWを配置する
- スポンサープロダク広告、クーポン、タイムセールを積極的に行いました。
- タイムセール週一で実施 ~ 販売数量の山を作る

新しい課題に直面。。。。

売上が劇的に上がってきた。

同時に、

管理の手間も膨大に。。。。