


2021-1

ウェビナー 2021-1
BUPPANコンテンツまとめ



簡単におさらい



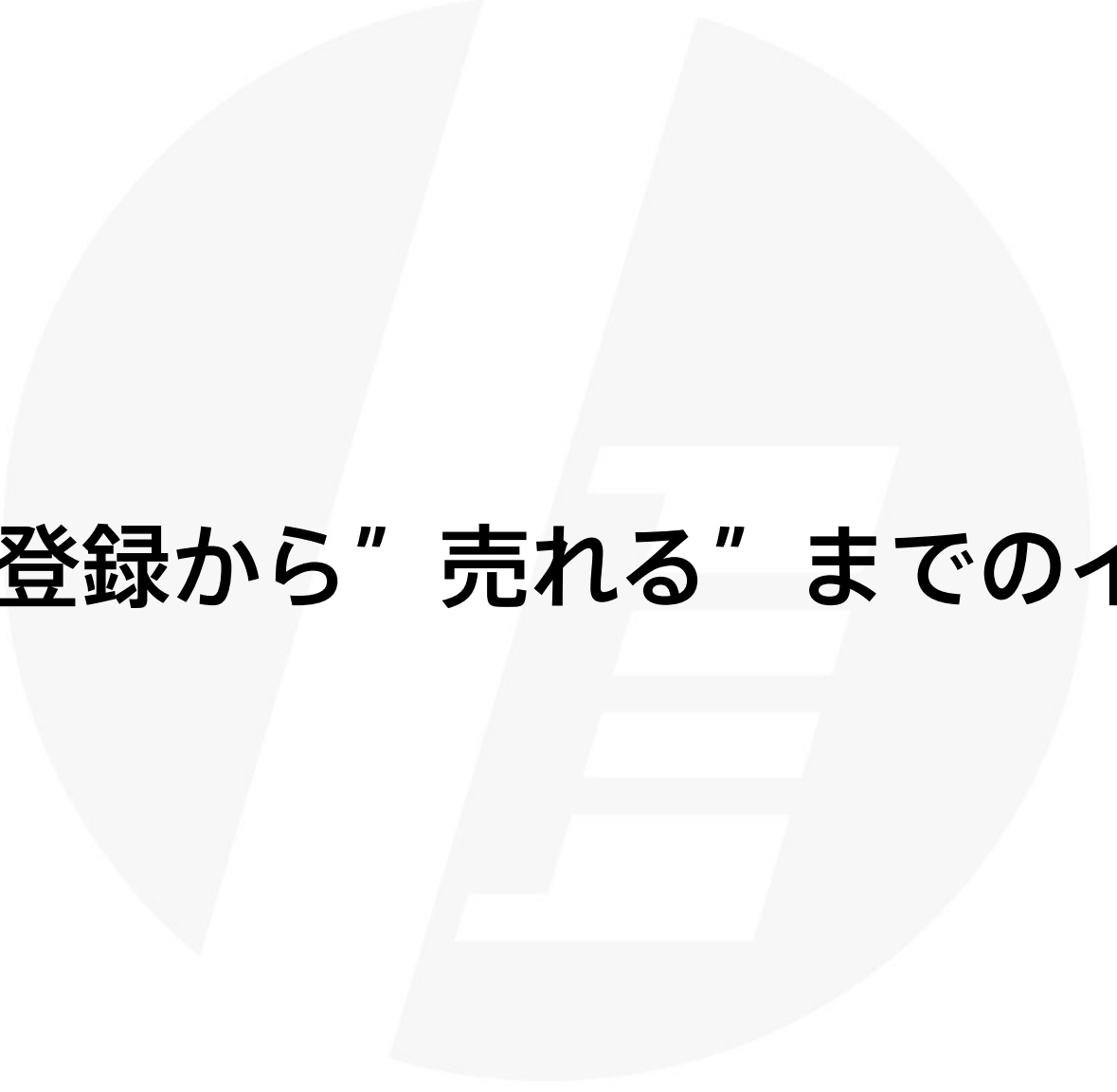
売れるまでの流れ

前提として

売れるものは、さらに売れる
売れないものは、消えてなくなる

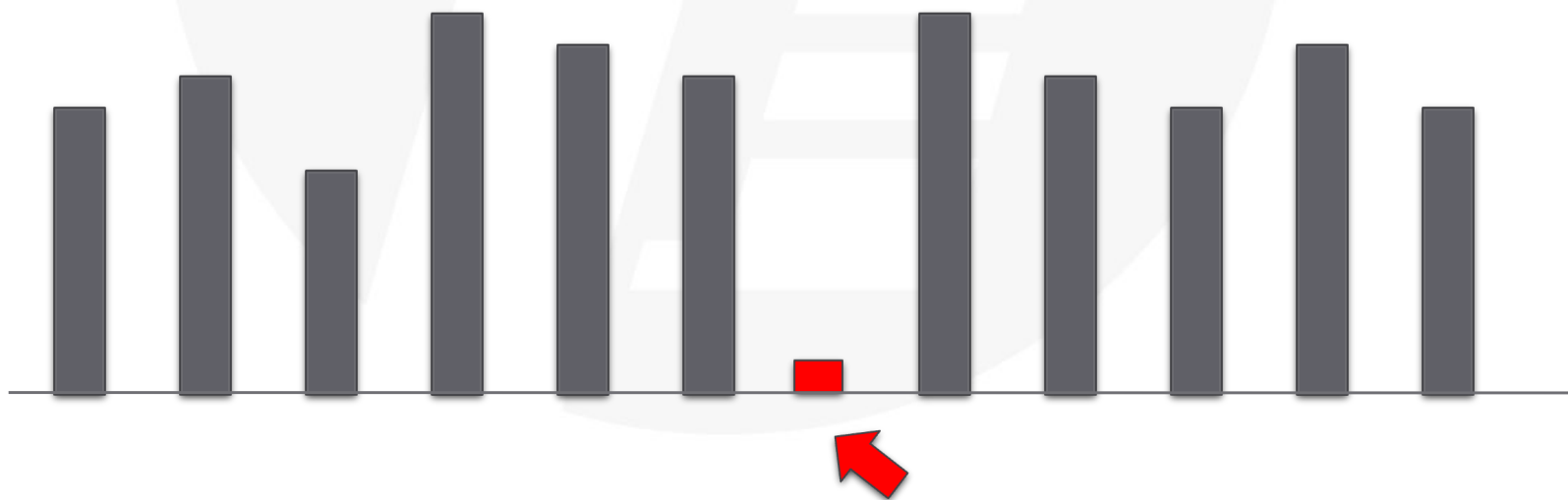
では、

どうやって販売開始したばかりの商品を
「売れる」状態にもっていくのか？

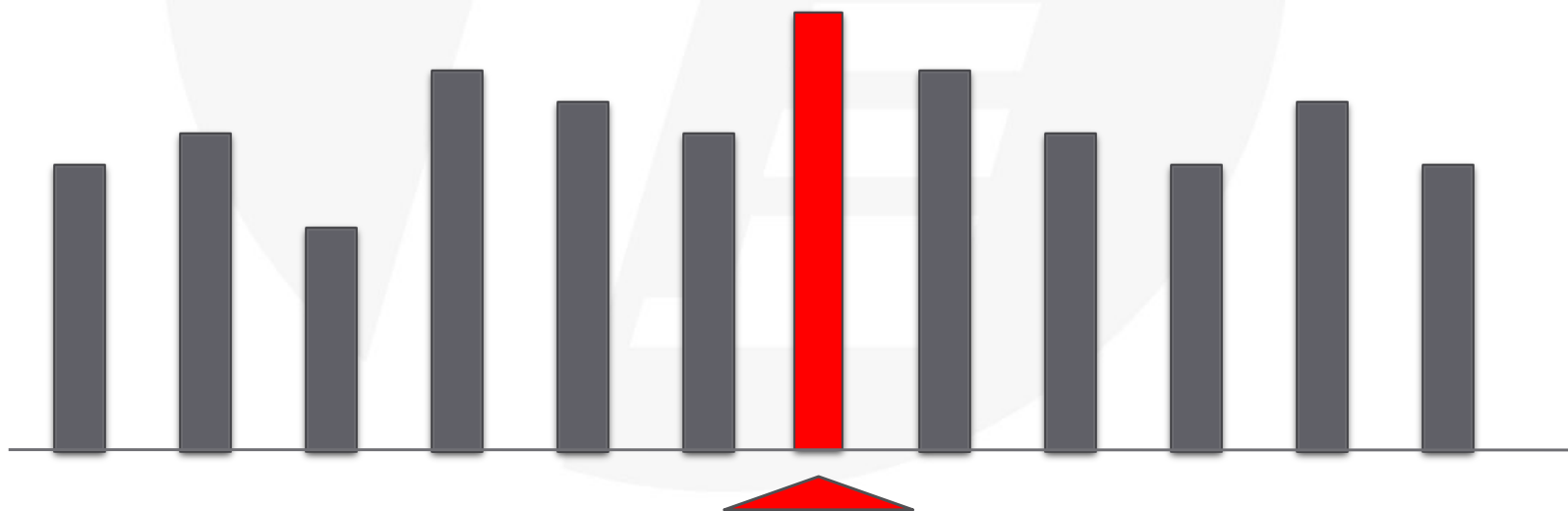


商品登録から”売れる”までのイメージ

商品登録したばかりでは、
その他多くの商品よりも埋もれている

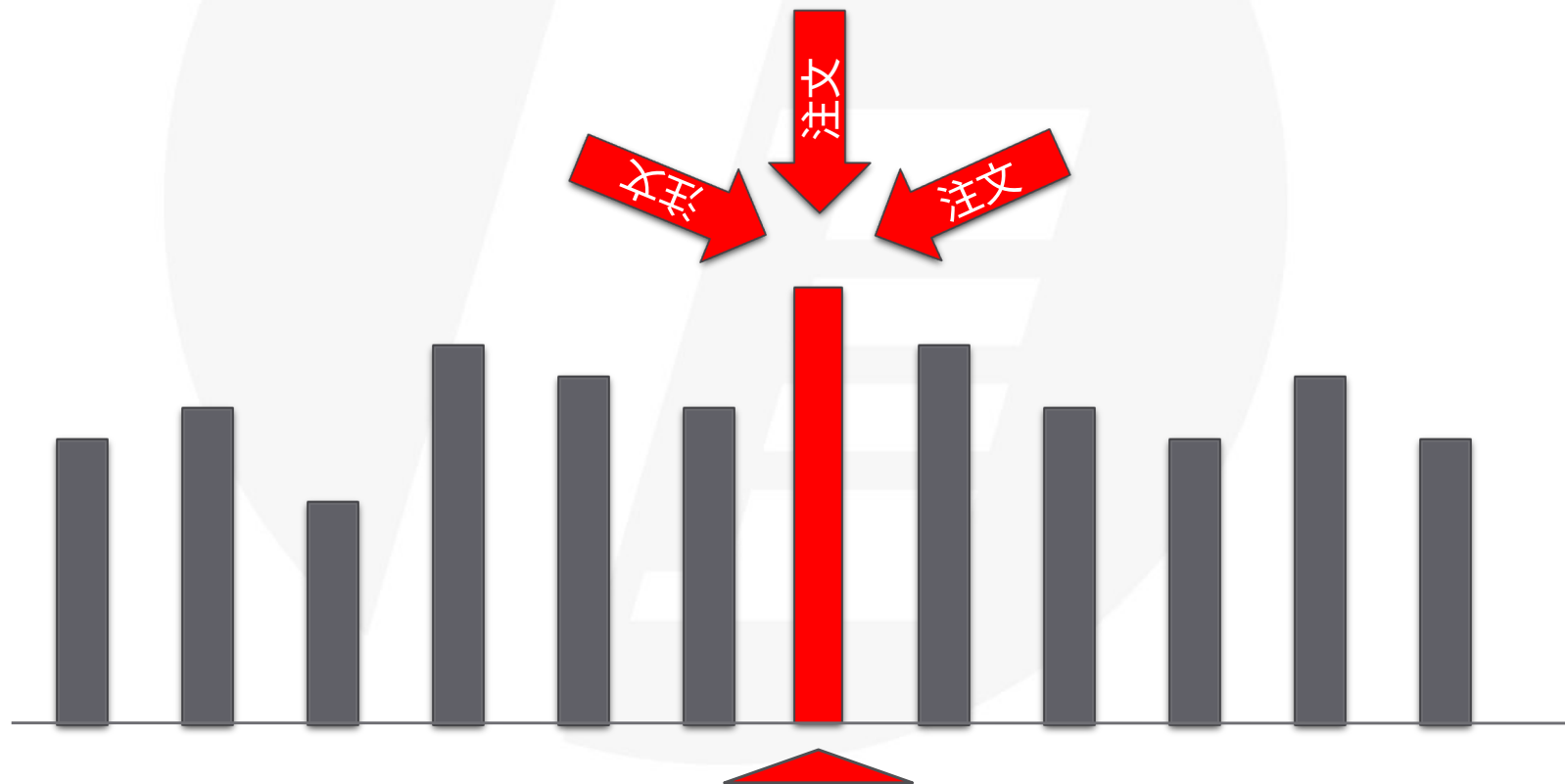


注文を集中させて、
その他多くの商品よりも目立たせる



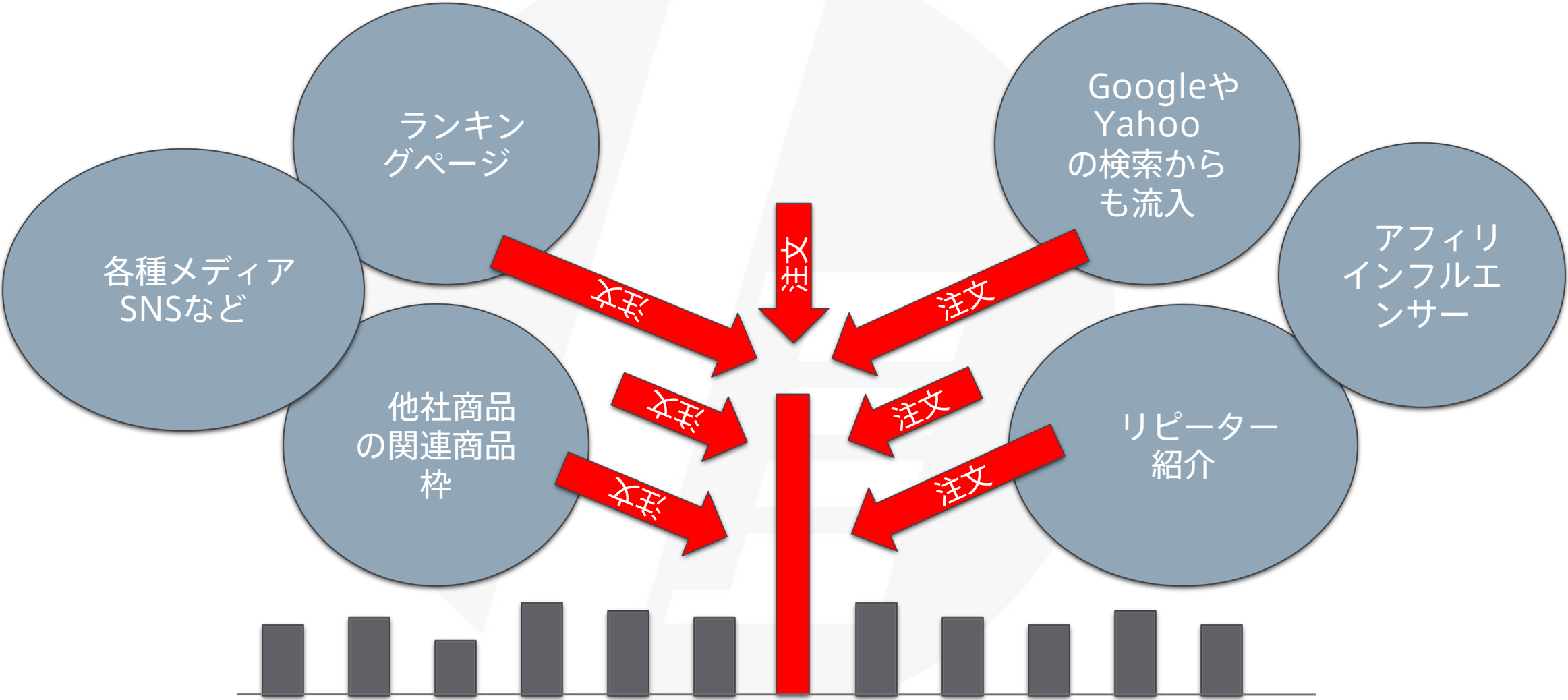
転換率UP、アクセスUP、広告、セール

注文が集まり始める

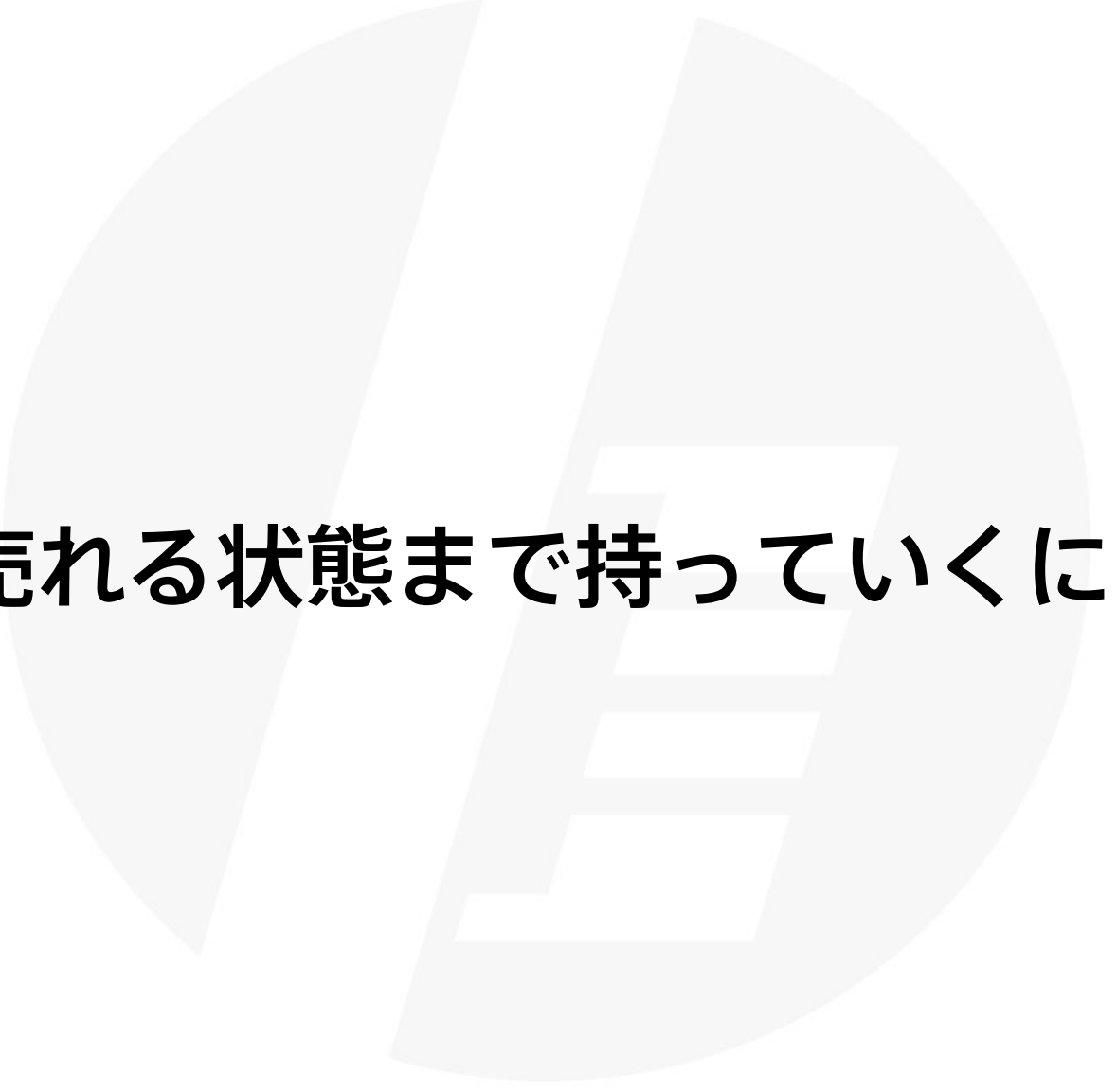


轉換率UP、アクセスUP、広告、セール

売れるから、さらに売れる



レビューが貯まる、実績も増える



売れる状態まで持っていくには？

ほとんどがこのケース、計画も準備せず
商品を並べるだけ、そこに中途半端な広告を出す
この状態でアクセス流入させても意味がない



しっかり準備を整える

レ
ビュー
施策

価格戦
略

キャン
ペーン

在庫確
保計画

サムネ
イル

CTR施
策

SEO
最適化

商品
ページ
作り込
み

良い商
品画像
準備

切り口
戦略

集中的にアクセス流入

レビュー
施策

価格戦
略

キャン
ペーン

在庫確
保計画

サムネ
イル

CTR施
策

SEO
最適化

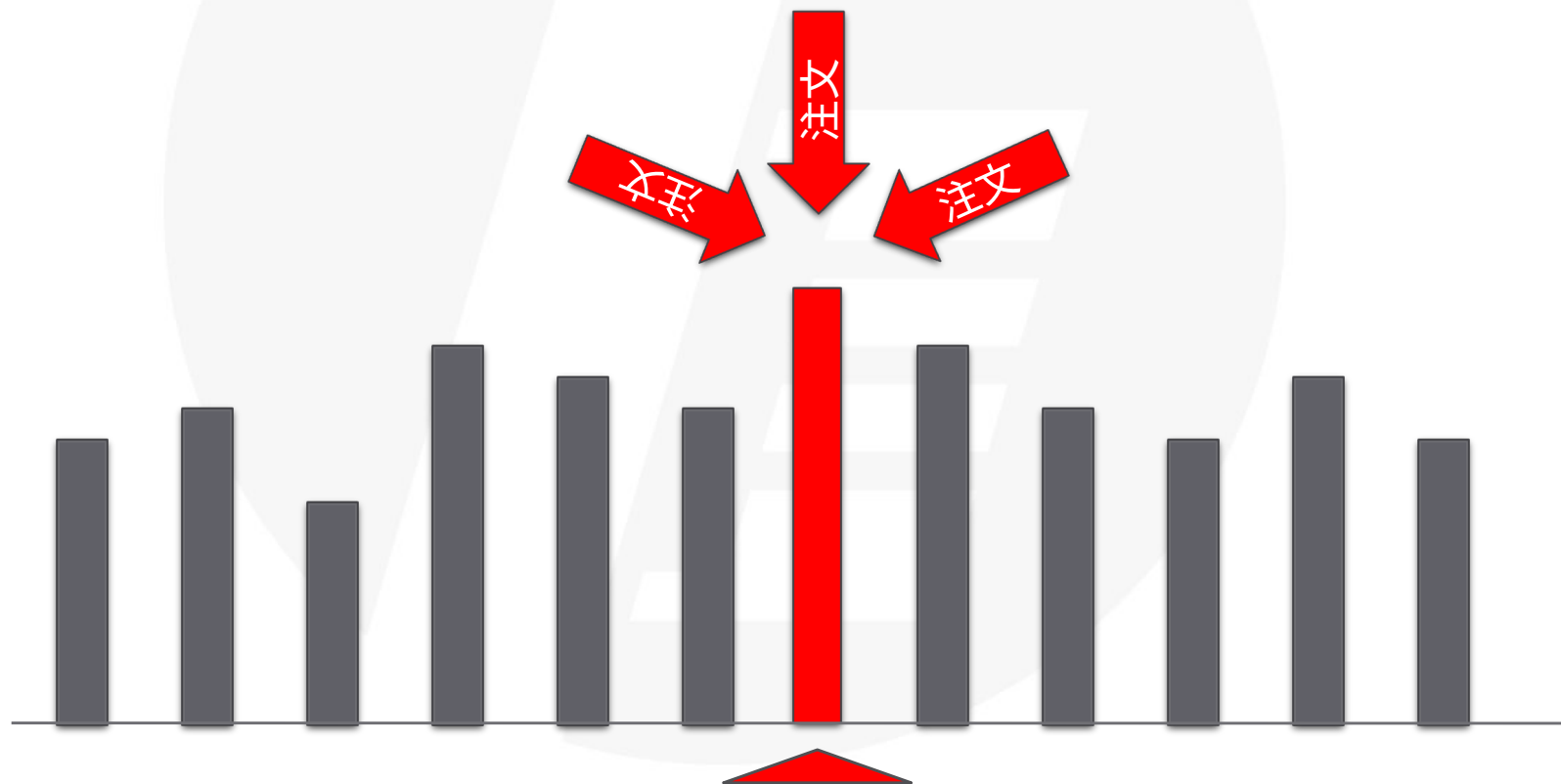
商品
ページ
作り込
み

良い商
品画像
準備

切り口
戦略

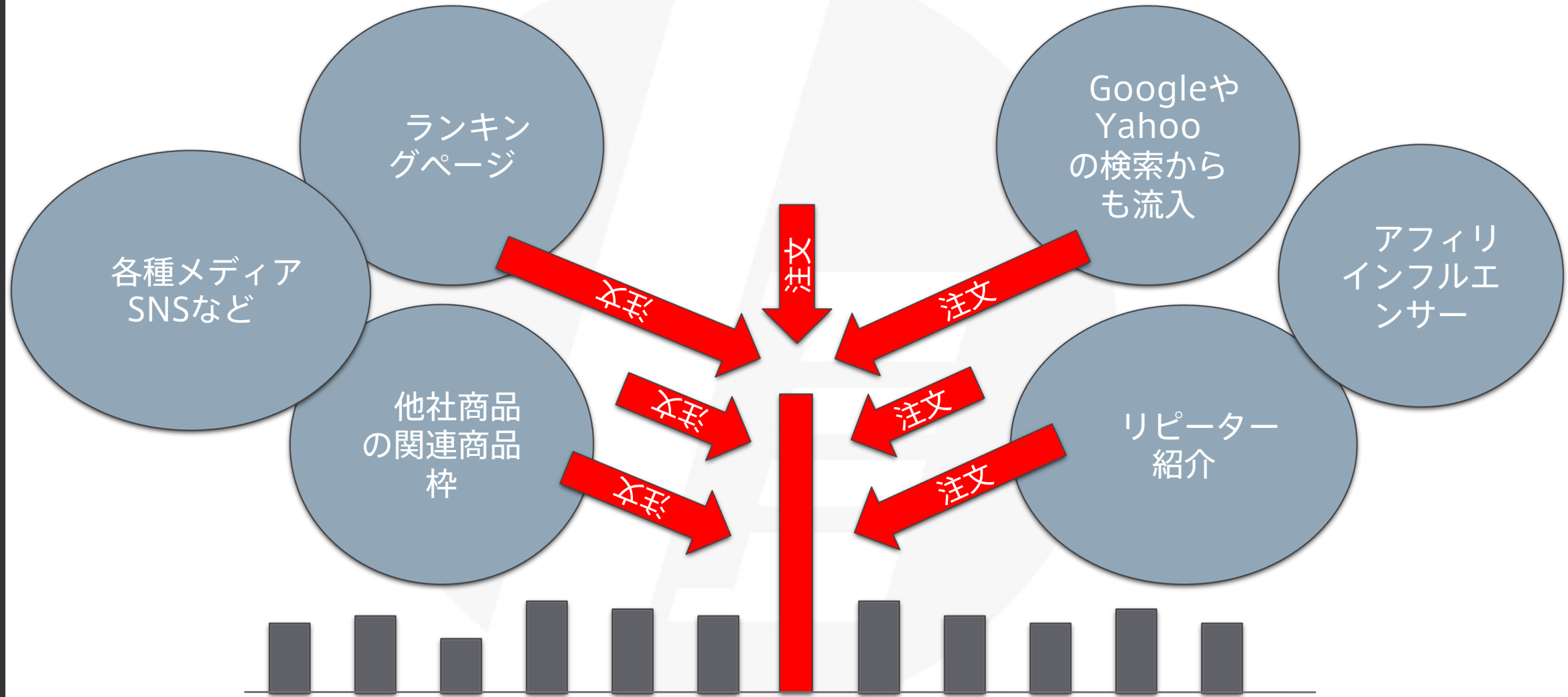
計画的にタイミングを合
わせて、
一気にアクセス流入
(広告などを集中さる)

他社よりもわずかに目立ち、
注文が集まり始める



転換率UP、アクセスUP、広告、セール

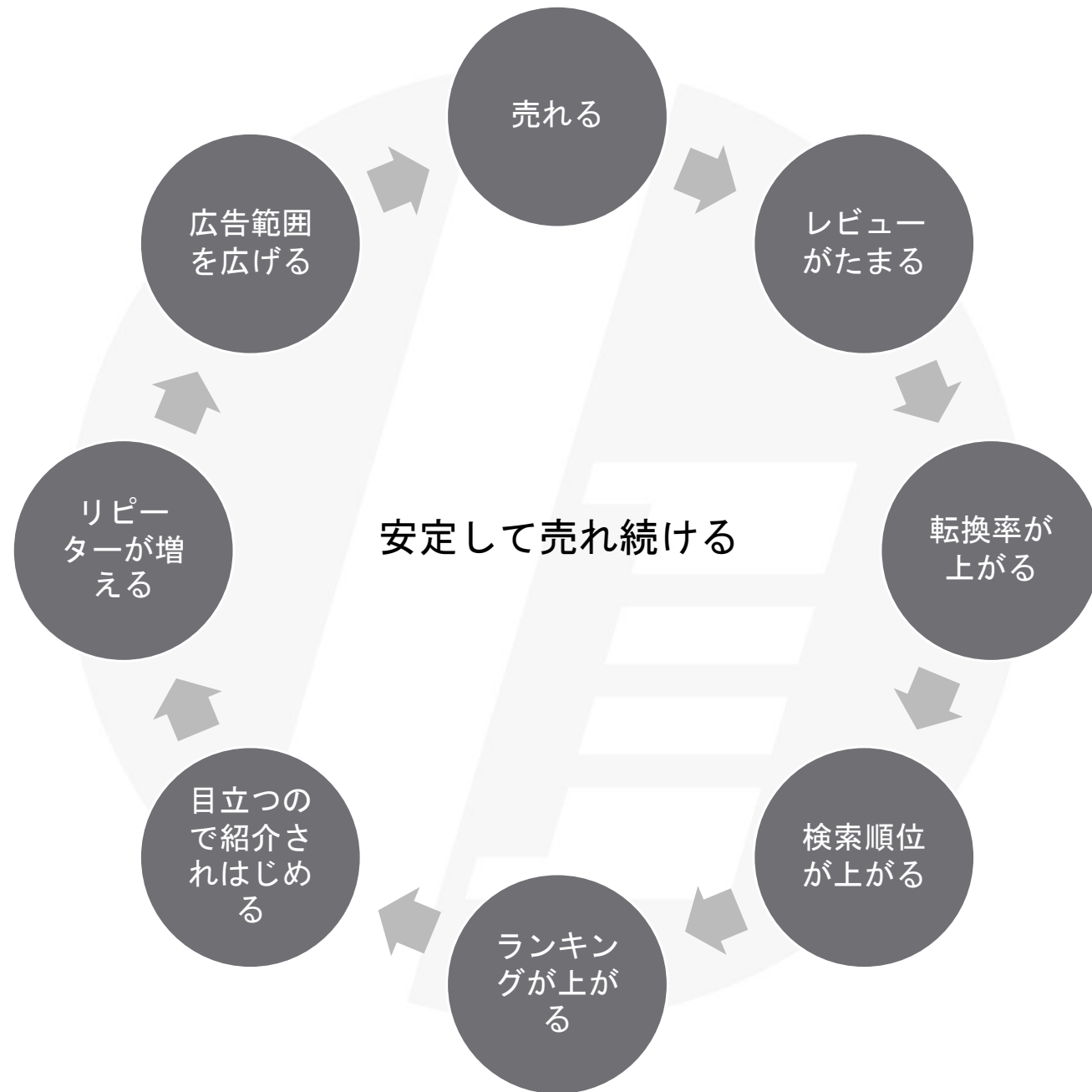
売れるから、さらに売れる

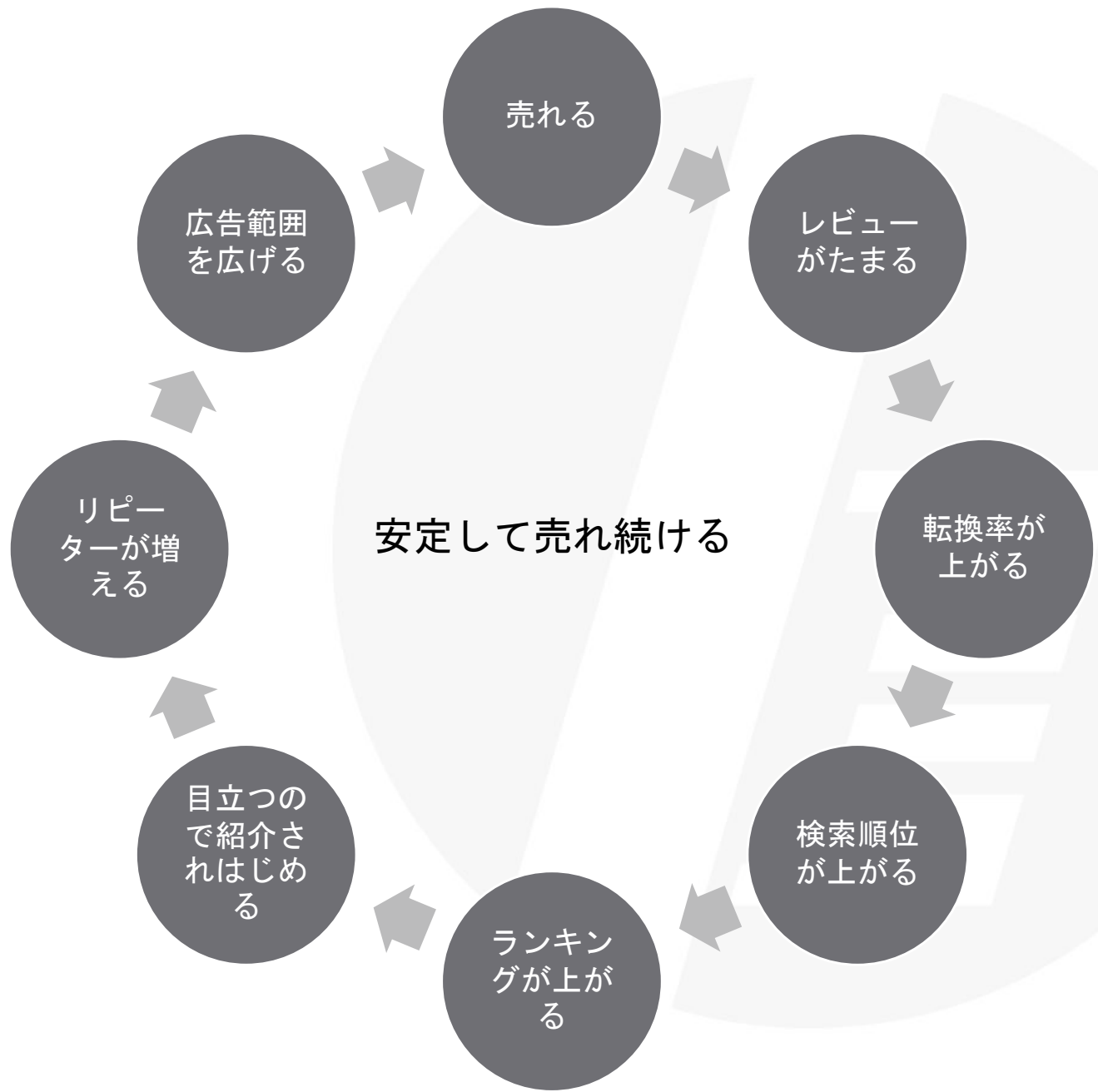


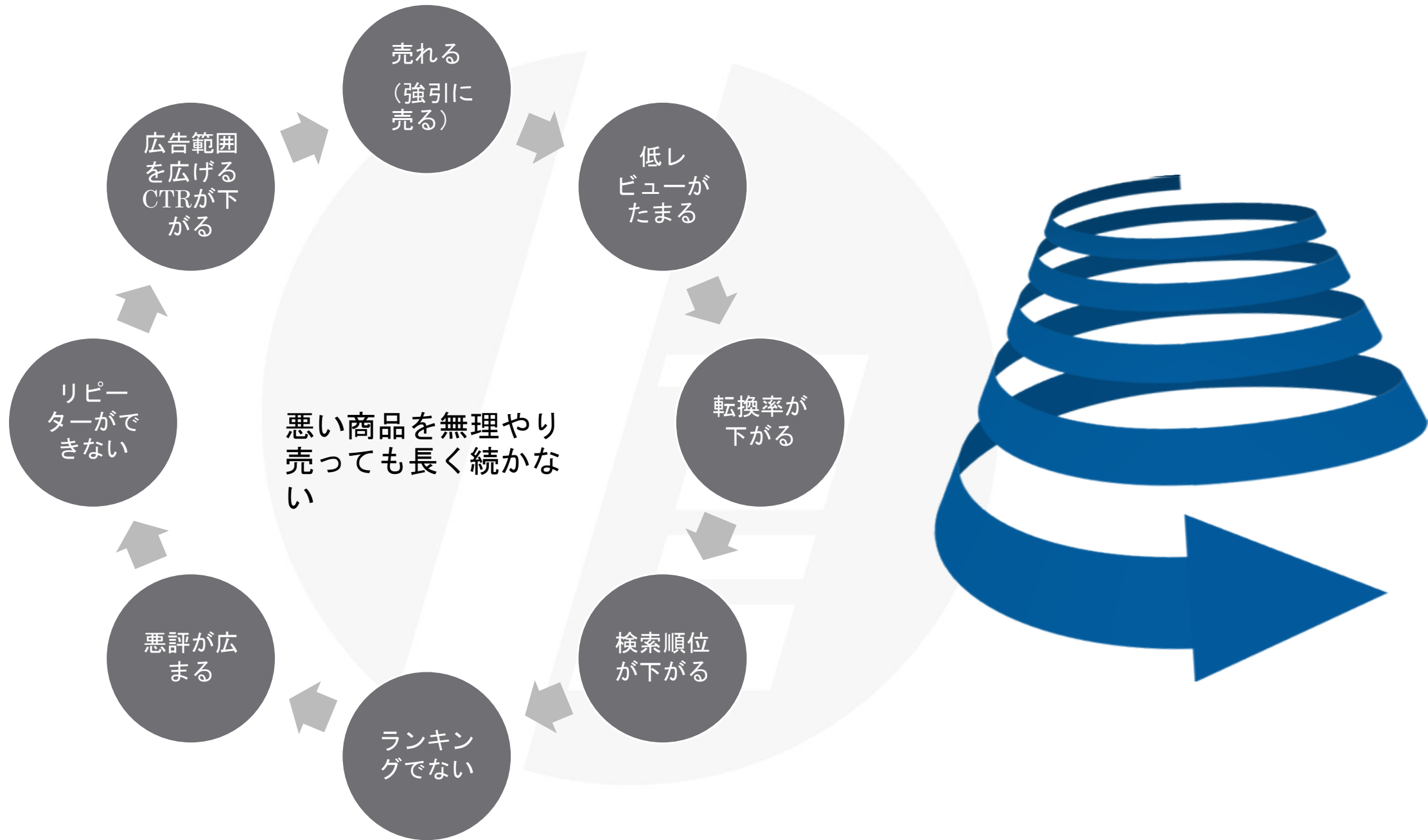
レビューが貯まる、実績も増える



安定して長期的に売れ続けるには？









売れている状態を、シンプルに

**他社よりも
転換率を上げる**

商品

**他社よりも
流入動線を増やす**

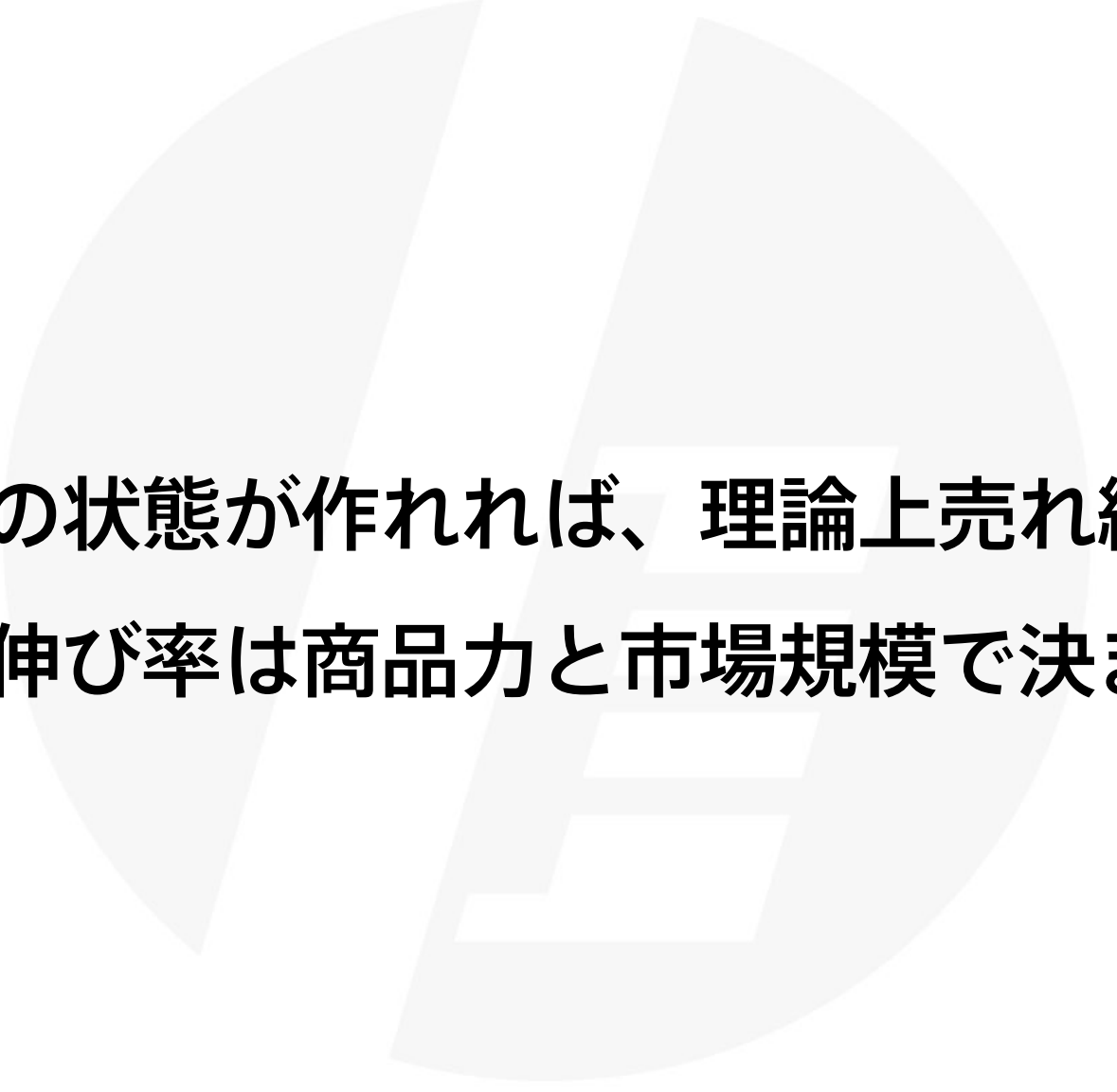
他社よりも転換率を上げる

商品	キャンペーン
価格	サムネイル作り込み
写真	商品名
コピー	レビュー点数
権威付け	レビュー数
比較コンテンツ	レビュー内容

商品

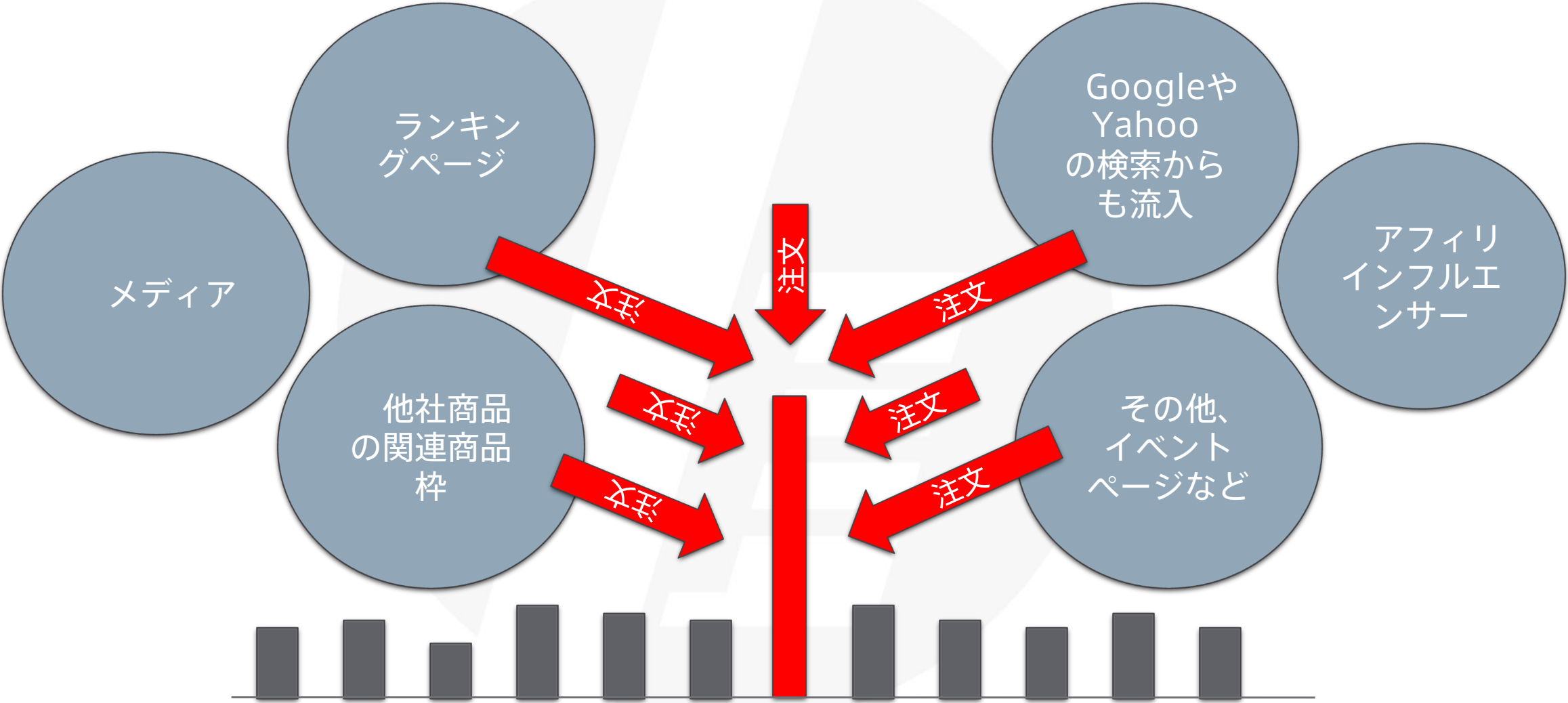
他社よりも流入動線を増やす

SEO (ひとつひとつが流入導線)
CPC 広告 (RPP SP)
プラットフォーム CPC 広告
他商品の関連枠
店舗内の導線 (楽天)
ランキングページ
アフィリエイト
メルマガ、リピーターアクセス
外部広告
SNS
YOUTUBE

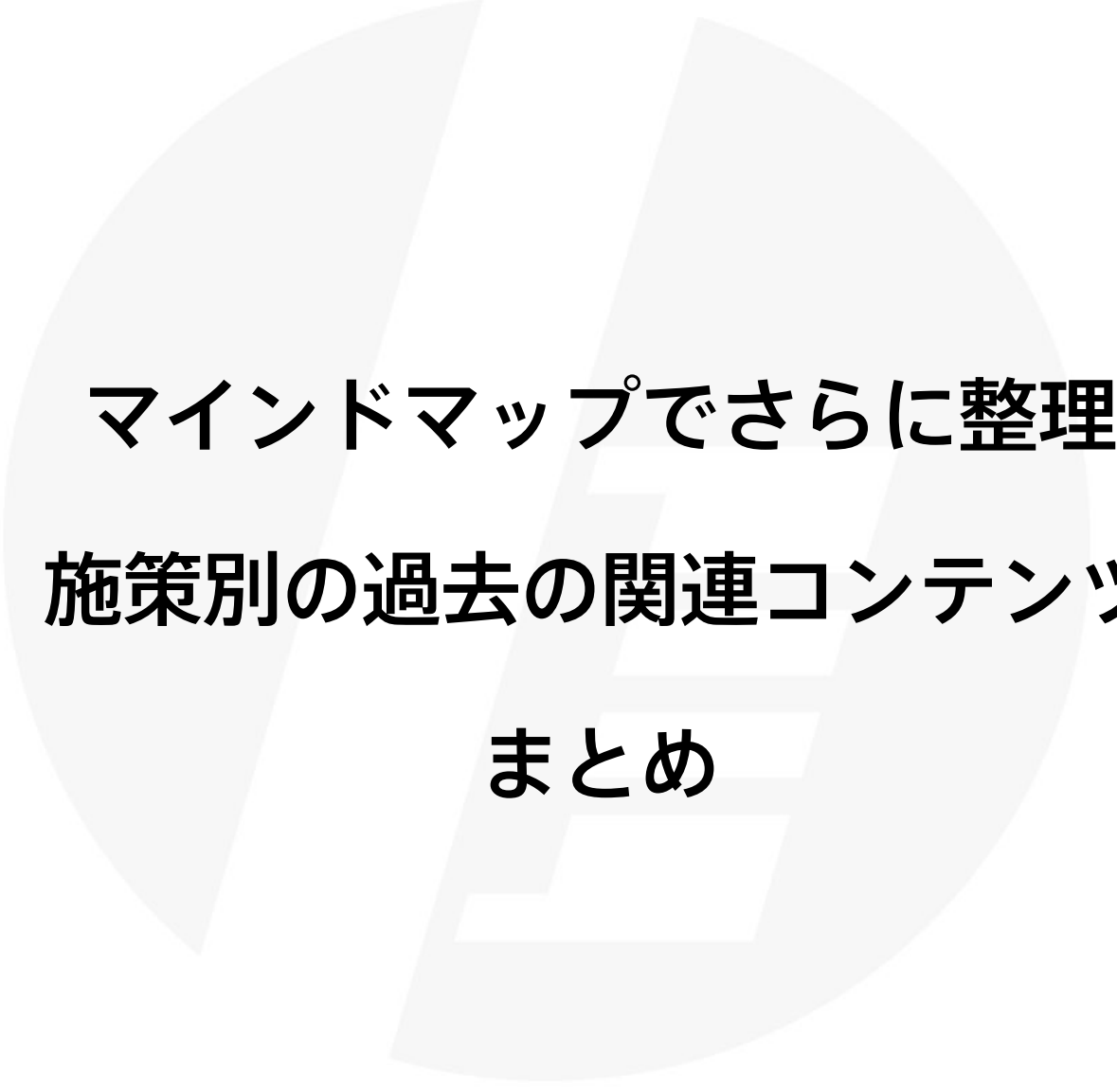


**この状態が作れば、理論上売れ続ける
伸び率は商品力と市場規模で決まる**

売れるから、さらに売れる



レビューが貯まる、実績も増える



マインドマップでさらに整理
施策別の過去の関連コンテンツ
まとめ

このコンテンツは、
どんなジャンルでも通用します。
サービス業から、店舗でも何でも。

かつ

時代が変わっても普遍的なので、
ここで覚えたことはどこでも使えます