

2021-7

リアル相談会



■目次

- ・ 弊社の背景
- ・ 質問：競合対策について、組織拡大について

■ ゴール

競合が参入してきたときに素早く対応することで売上減を食い止める
そもそも競合が入りにくい状態を作る

■ 弊社の背景

- 販売経路：Amazon、楽天、Yahoo、au PAY
- 取り扱い商品：ファッション小物
- 同じジャンルでニーズの違う商品を展開
- 市場規模：ジャンル全体の市場規模は大きいですが、参入しているポジションはニッチのため小さい
- キーワードを調べ、目的があって買う商品
- 検索順位はメインキーワード1ページ目の上位に入っている
- キーワード広告 上位を1枠～2枠入札

■相談内容

競合が入ってきて売上、
利益率が落ちてしまった

考えられる競合対策について

競合との比較（競合参入直後）

	弊社	競合
LP	○	△
検索順位	◎	◎
商品	△	○
価格	△	○
レビュー	◎	◎
カラーバリエーション	○	△

■ 競合の特徴

商品や付属品は丸コピー + 使いにくい所を改善

●●監修と権威付けを付けている

価格が安い

レビュー施策をしている（全員にプレゼント + 手紙）

■ 競合参入後 起こった事

アクセスと転換率が落ちてしまった

競合対策で広告費を上げた為、利益率が下がる

レビュー対策でコスト増

■ 競合参入後にやったこと

- ・ 商品改善（競合以上の仕様に変更）
- ・ 商品の再撮影（プロに依頼）
- ・ 商品ページのクオリティ向上
- ・ 広告 キーワード単価を上げる
- ・ レビュー施策

競合との比較（対策後）

	弊社	競合
LP	○+	△
検索順位	◎	◎
商品	○+	○
価格	△	○
レビュー	◎	◎
カラーバリエーション	○	△

■質問

1. 競合が入ってきたときの立ち回り、
対抗策の事例を知りたい
競合に勝つLPを作るためには？
2. パワーがあるサムネイル、LPとは？
パワーがある、ないを見るときのポイントを知りたい

3. 市場規模が小さい所での横展開をどの程度まで行うべきか？
市場規模が小さくても横展開することで売上が安定する？
資金量と相談、、ケースバイケースですが、、

例：市場規模 月商600万円程度

1商品横展開にかかる費用は100万円～（ミニマム1000個）

利益率は30%～40%程度

回転率は数か月～1年程度、物によって2年くらいかかるかも？

4. 今後のブランドの展開・戦略

5. 組織の拡大について

競合が入ってくる際の1つとして、
人手不足があったと考えている。

①人を増やすタイミングの良い例、悪い例を知りたい。
どういうタイミングで人を増やすべきなのか？

②人を増やした方が良い人、増やさない方が良い人の違い