

2022年最新の自社EC物販について

川下竜彦・塚田義広

塚田さん経歴

- ネット業界マーケティング歴 10年以上
- 一緒に行っている事業で2021年度売上5億円
- 多数のコンサルクライアントを持ち情報共有
- 自分でもこの規模感で実際に運営し、コンサルティングも行っているのはかなり稀有な存在

アジェンダ

- 現在の自社EC環境について
- 自社ECはいつから始めるべきか
(どんな商材があうのか)
- 自社ECの具体的運営方法
- 最新の自社ECハック情報

現在の自社EC環境について

- 数年前のEC環境課題（決済、信用）

見知らぬECサイトではクレジットカードを入力したくない

→

Amazon Payや携帯払いなど多様な決済手段の増加

現在の自社EC環境について

- 数年前のEC環境課題（カスタマイズ性）

もっとECサイトの使い勝手をよくしたいけど、一々自社で構築しないといけない。

アプリもあったが十分ではない

→

Shopyifyのアプリがかなり優秀

現在の自社EC環境について

- 数年前のEC環境課題（広告）

広告の種類がアドワーズ、ヤフーの2種類のみ。

SNSとECも当初は相性が悪かった

→

Facebook、Instagram広告が相性がよくなってきた

検索ワードがない商品も売れるようになった。

現在の自社EC環境について

- 数年前のEC環境課題（その他）

モールで行ってきたことが自社サイトで出来るようになってきた

→

自社でクラウドファンディングを行うことが出来る。

手数料が10%以上異なる。

自社ECはいつから始めるべきか。自社ECに合う商材

- ・いつから始めるべきか？

自社ECはいつから始めるべきか。自社ECに合う商材

- 自社ECに合う商材、合わない商材

自社ECの具体的運営方法 ①

- ECサイト構築はShopifyがおすすめ
- その理由

自社ECの具体的運営方法 ②

- 広告を出稿していく
- やるべき広告について

自社ECの具体的運営方法 ③

- SNSも充実させていく
- その理由

自社ECの具体的運営方法 ④

- 自社ECで買う理由を作る
- どんな理由がおすすすめか

自社ECの具体的運営方法 ⑤

- SEO対策はしなくてよい
- その理由

5. 自社ECハック情報 2ステップ販売について

- 新ブランド立ち上げや新商品販売時に実施
- 事前告知にてリスト（主にLINE）獲得し、その後販売
- リストの登録状況に応じて事前にある程度反応がわかる
- クラファンPFを使わないので、手数料等抑えられる
- 購入者の顧客リストだけでなく、見込み客リストも獲得できる

自社EC（Shopify）2ステップ販売事例1

- 新商品販売2週間前から事前告知
- 約3000人ほどのLINE登録者を獲得
- LINE登録者への告知だけで約2000万円の売上
- 広告比率約5%、決済手数料3~5%（PF使うと+20%）
- 購入者の顧客リストに加え見込み客リストも獲得

自社EC（Shopify）2ステップ販売事例2

- 新商品販売1ヶ月前から事前告知
- 約10000人ほどのLINE登録者を獲得
- 告知10分で約1500万円分完売
- 広告比率約15%、決済手数料3~5%
- SNSで話題になってUGCも多数

自社EC（Shopify）2ステップ販売事例3

- 新ブランド商品販売2週間前から事前告知
- 約300人ほどのLINE登録者を獲得
- LINE登録者からの購入率は30%超え、売上400万円
- 広告比率約5%、決済手数料3~5%
- かなりニッチな商材でも好反応

Shopify構築サービスのご案内



- Shopifyエキスパートによる構築
- Yahoo!、Googleパートナーによる広告運用
- EC専門のマーケティング会社だからこそその豊富な成功実績
- WEBマーケティングに10年以上携わってきた事例と実績
- 構築から運用まで一気通貫でサポート

<https://e-knowledgetec.co.jp/creation>

