

【今月号の目次】

1. 全国商工会連合会公式サイト「ニッポンセレクト」出店募集再開のお知らせ……………P.1
2. 【連載】Eコマース・ワンポイント情報(10回目) ～自社Eコマースサイトの成長も守・破・離!～… P.2
3. 中小企業支援施策のご案内…………… P.3
4. 連携推進課職員紹介…………… P.3

全国商工会連合会公式サイト「ニッポンセレクト」出店募集再開！

皆様、「ニッポンセレクト」をご存知でしょうか。昨年のさんぽう通信でも出店者にお得なサイトとして一度ご紹介しているのですが、全国商工会連合会が運営する全国の魅力ある隠れた地域産品を紹介、販売するサイトです。今年も年数回しかない募集が**5月6日～6月30日**で実施中です。
【参考:さんぽう通信平成28年9月号(※要項は必ず最新のものをご確認ください。)】

http://www.smrj.go.jp/shikoku/dbps_data/material/branch_shikoku/pdf/sampo_tushin/sampo_9_15th_2016.pdf

毎回、1社1品限定の出品ではありますが、皆様が丹精こめた品々を専門カメラマンによる撮影と事務局によるPRで素敵に紹介しています。商工会の会員ではなくともお申し込み可能となっておりますので、一度挑戦してみたいはいかがでしょうか？

【参考:ニッポンセレクト出店希望者ページ】

<http://www.nipponselect.com/shop/pages/entry.aspx>



こちらをクリック！

ニッポンセレクト.com出品事業者
募集のご案内
～小規模事業者支援パッケージ事業～

2017年度5月 出品募集要領

主催 : 全国商工会連合会
運営 : 株式会社ふるさとサービス

【引用:ニッポンセレクトトップページ・募集要項表紙】

連載企画

Eコマース・ワンポイント情報～10回目～

中小機構四国 チーフアドバイザー 多田 優之

自社Eコマースサイト(ネットショップ)の成長も守・破・離！
売れているネットショップから学ぶべきポイント教えます。

お世話になります。中小機構四国本部のチーフアドバイザー多田優之です。今回は、売れているECサイト(ネットショップ)から学ぶべきポイントをお伝えいたします。

その前に、3月15日号でもご紹介したことがあります。守破離(しゅはり)という言葉をご存知でしょうか？
武道など習い事において師匠(先生)から学んだ型を守り(そのままやる)、そしてその型を自分流に研究して破り(改良する)、最後は師匠の型から自由になり離れていく流れを表しています(参照:ウィキペディアより)。

実は、皆様も売れているECサイトを「師匠」に見立てて、自社サイトの成長に応用することができます。今回は私自身も実践している”EC版守破離”の具体的な手法をお届けいたします。

まずは楽天やヤフーショッピング、Amazonなど大手ECモールで売れているショップから下記3つの情報を集めます。
次に、グーグル検索を使って、各ショップが自社で運用しているサイト(独自ドメインが多い)を探しネットショップがあるか確認します。



売れているショップの
「1.会社名 2.店舗名 3.商品名」

出所:Google(グーグル)検索より
<https://www.google.co.jp/>

※売れているネットショップの基準(あくまで参照数値としてお考えください)

- ①大手ECモールでランキング上位(ベスト10～30程度)
 - ②評価(レビュー)の数が100以上あり、そのうちネガティブな評価が3%以内であれば売れていると予測されます。
- こういった企業は自社ECサイトを保有している可能性も高いです。

もし自社サイトがない場合でも、ソーシャルメディアでほぼ毎日情報発信しており(お客様の生の声や発送作業の様子など、購入者との接点を話題にしており、安定してコメントやシェア、共有されていることが必須)、その記事の内容がセール案内など売り込み中心ではなければ、「いいね！」やフォロワー数が多くなくてもweb活用されているネットショップ(会社)と判断できますので、売れている可能性は高いと想定します。

アクセス数については多いに越したことはありませんが、店頭やダイレクトメールなど通販での顧客を多く抱えていらっしゃる場所も数多く存在しますので、固執する必要は無いと考えます。

もっとシンプルに、テレビやラジオ、雑誌、新聞などで積極的に広告を出しているところも要チェックです。ご存知の通りマスコミュニケーションへの広告費は高額なので、それだけのコストをかけているわけですから基本的には回収を図るため売上に繋げる工夫をしているはずで。

ただ売れているECサイトを見つけることが目的ではなく、タイトルのように守破離(武道の教え)を実践して、様々なノウハウを取り入れ売上を上げることが目的であることを忘れないでください。

※私が使用しているテンプレート一例です。

サイトのチェックが終わったら、私の場合必ず商品やサービスを購入します。その際、お礼の自動返信の文面や、在庫確認、商品発送などサイトから送られてくるメールを確認して、自社用に改良しテンプレート化します。

そして商品が届いた後は、梱包状態や同梱物(チラシやおまけ、サンプルなど)を確認して、自社用に改良し取り入れます。

さらには購入後のアフターフォローや、季節の挨拶手紙(メール)などにも注意しておきます。

継続して売れているECサイトは、必ず上記のような仕組みを構築しています。皆様もその一部分を取り入れることで、経験値を増やし消費者に認められているサイトに近づくわけです。ぜひ実践してみてください。

| |
|---------------------|
| お問い合わせ.txt |
| 受注【PC/スマホ】ペイメント.txt |
| 受注【PC/スマホ】振込.txt |
| 受注【PC/スマホ】代引.txt |
| 受注【携帯】ペイメント.txt |
| 受注【携帯】振込.txt |
| 受注【携帯】代引.txt |
| 遅延お詫び.txt |
| 入荷予定のご連絡.txt |
| 入金督促.txt |
| 発送【PC/スマホ】ペイメント.txt |
| 発送【PC/スマホ】振込.txt |
| 発送【PC/スマホ】代引.txt |
| 発送【携帯】ペイメント.txt |



中小機構 四国 チーフアドバイザー
多田 優之

●大手家電量販店などでの20年の勤務経験をもとに、ITを用いた実務的なEC販売・実店舗集客を自ら実践。現在はITをはじめ各種講師や専門家として活躍。現職:多田EC支援事務所代表、京都製菓技術専門学校非常勤講師(社会学講座)、10府県産業振興・支援機関 登録専門家(IT活用、販路開拓、越境EC)

