

経営者のIT事始め ～これから始める情報活用～

ステップ 6

ホームページで売上アップ! (4)

経営総合相談窓口 マネージャー 平本 善則

中小企業の経営者の皆様、こんにちは! 中小企業診断士の平本です。
今回は4回目として「ネットショップ構築のポイント」について解説いたします。

1. ネットショップ・コンセプトの明確化

第1回目の「インターネットで“誰”に“何”を売るか」で解説しましたが、ネットショップでは販売戦略が最重要です。まず“誰をお客にするか”と“魅力ある商品”を明確にしましょう。

ここでは“スイーツ”系のネットショップ激戦商品としてロールケーキを例にしてみます。

誰をお客にするか	魅力ある商品
<ul style="list-style-type: none"> ・性別：女性 ・年齢：25～40 ・地域：東京、東京近郊 ・年収：300万円 夫婦で600万円 ・その他：短大卒以上、営業職 	<ul style="list-style-type: none"> ・思わず買いたくなる美味しそうな写真 ・季節毎の品揃えがある ・OL 同士で共同購入したくなる ・送付時（受領時）の型崩れがない ・一定金額以上で送料が無料になる

まず、誰をお客にするか決めれば、自ずと魅力ある商品は決まってきます。東京で働くお洒落なOLであれば、商品の見た目（魅せ方）が第一。掲載する写真如何でネットショップの成否が決定します。

また、通年販売のためには、激安セールやパッケージ選択など手法は数多く浮かびますが、今回の場合は春夏秋冬の季節にあった品揃えが効果的です。季節毎のフルーツを入れ、特徴のあるロールケーキを提供しましょう。また、顧客の商品購入の場面となり得るオフィスの昼休みなどを想定し、OL 同士で共同購入したくなる工夫も大切です。

なお、若いOLはインターネットで「和洋菓子」とは検索しません。ネットショップで買い物をしてもらうためには、「スイーツ」で検索してヒットするよう、SEO対策*をしておきましょう。

2. モール出店か自社サイト出店か

ネットショップへの出店にはモール出店と自社サイト出店があります。モール出店の代表である楽天市場には7万3千店舗、Yahoo! ショッピングには1万5千店舗あり、自社の独自ホームページでショッピングサイトを構築し商品を出品する自社サイト店舗は10万を超えて開設されています（2009年11月末現在）。どちらに出店するかは下表の特徴を参考にしてください。

項目	モール出店	自社サイト出店
出品者のホームページ知識	知識がなくてもサイト制作会社が一から教えサポートしてくれる	知識がないと自社サイト店舗の構築は難しい
SEO対策*	サイト制作会社がやってくれる（サイト制作会社の集客力に頼りきり）	基礎能力として必須
顧客層	年齢層が若くて、比較的所得は低い	自社の商品を探している顧客を丁寧に分析し自ら決定する
費用	モール出店費、売上毎の費用、販促費等多額の費用が必要	比較的低価格で実現可能
その他特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・比較的 low 価格で安さをアピール ・素手な色彩画像やキャッチコピー ・法的な表記は制作会社におまかせ 	<ul style="list-style-type: none"> ・想定顧客に対して自社の思いを伝える ・知的でセンスの良い画像、文書表現 ・法令遵守の姿勢が大切

*SEO対策とはYahoo! やGoogle等で入力されたキーワードの検索結果を表示ページの上位に表示させ、ホームページを見たお客様から連絡が来る確率を高くすること。

次回はホームページで売上げアップ! (5)「ホームページの法的知識」について解説いたします。