

1. EC環境の相関図
2. 新規獲得施策とCRM施策
3. ECシステムの選び方
4. Shopifyの紹介
5. IT導入補助金について



Ad
WEB広告
リスティング
ディスプレイ
SNSなど

検索エンジン
Yahoo / Google

SNS
Instagram
Facebook
Twitter
YouTubeなど

LPO(ABテスト)の実施

LP

オフィシャルECサイト
商品・ブランドコンセプト
コラム
FAQ
会員コンテンツなど

**ECシステム
カート**

引き上げ用特設ページ

ステップメール

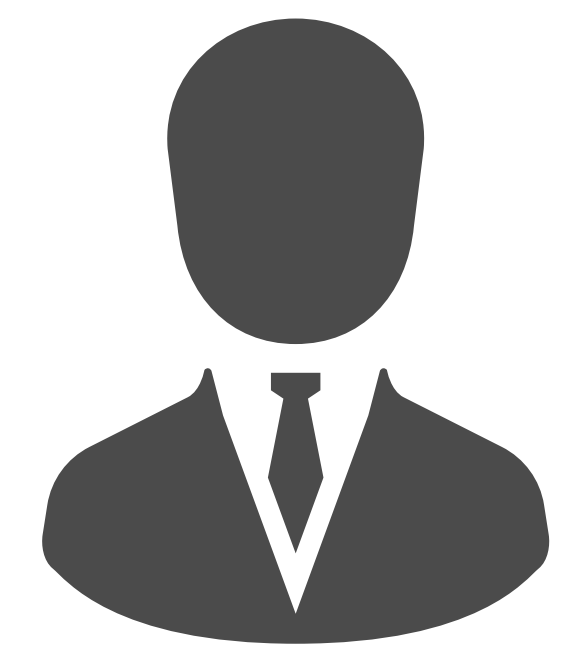
商品発送から… 3日後 7日後 15日後

毎月1回 毎月1回

メールマガジン

オフィシャルECとLPの役割の違い

オフィシャルECサイト



安心と信頼の実店舗
コンシェルジュ

- ・探している物を速やかに見つけれられる。
- ・商品、ショップのコンセプトを伝え
商品価値を正しく理解してもらう。
- ・商品のディテールがわかる写真と説明文。
- ・ユーザーを育てるコンテンツ提供。
- ・円滑な決済。
- ・検索でたどり着けるようSEO対策の実施。
- ・クリーンなイメージだから薬機法も遵守。

ランディングページ



売る事に全力
ゴリゴリの営業マン

- ・一つ商品に全力投球。
- ・商品のすばらしさをあの手この手で説明。
- ・割引や送料無料などオファーもタツプリ。
- ・「今だけ！」などの限定もあり。
- ・ちょっとくらいなら薬機法も…。
- ・構成がシンプルだから様々なテストや分析が楽。



LPO(Landing Page Optimization)



リピート率が高いと楽になる仕組み

商品：1万円の高級サプリ(1カ月分)
広告費：100万円

ここから先は広告費がかかっていない！

60人が購入
売上：60万円

－40万円

1カ月後

40%(24人)が継続
売上：24万円

－16万円

さらに
1カ月後

80%(19人)が更に継続
売上：19万円

＋3万円

/ 黒字化！

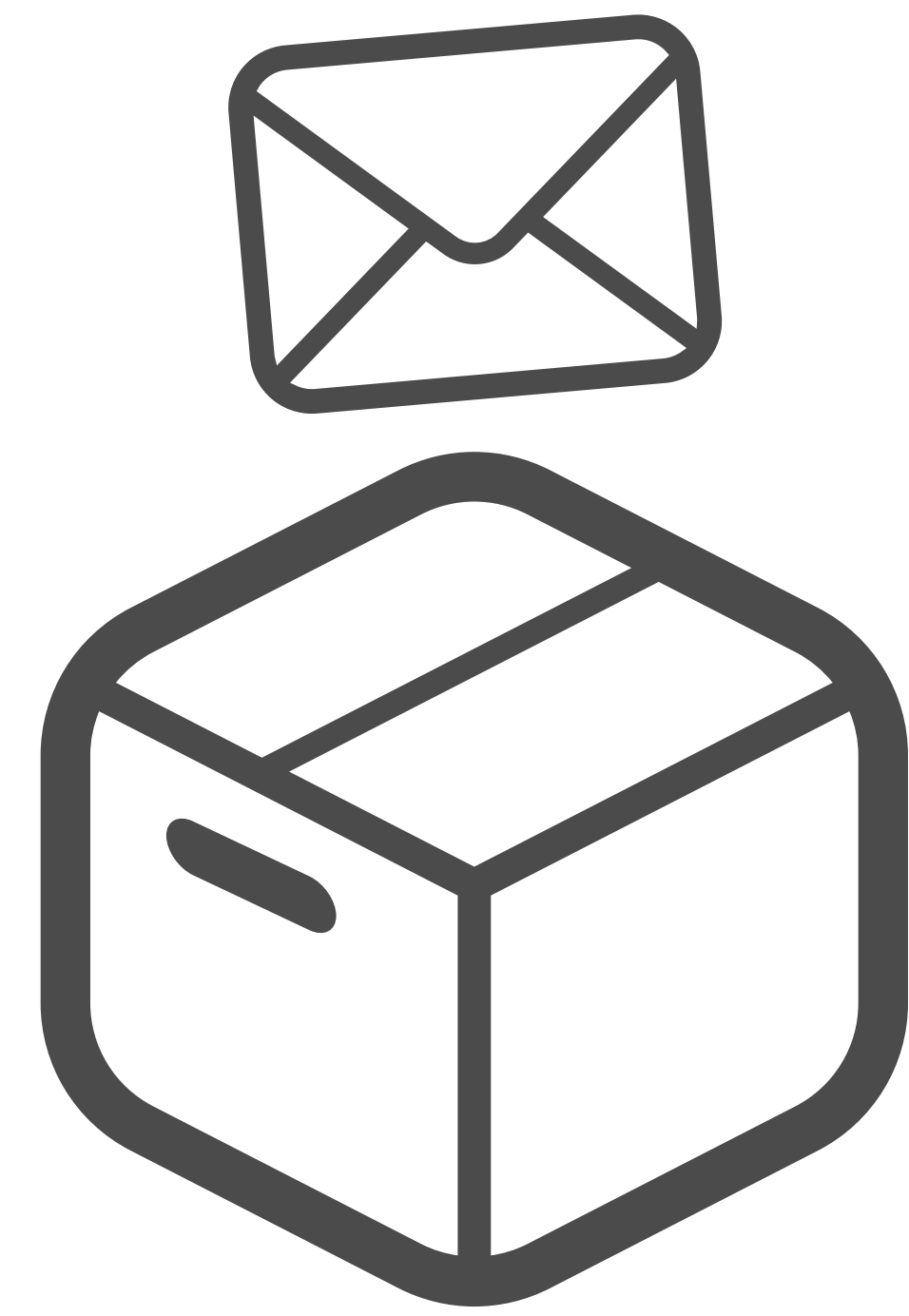


ステップメール

<例>



- ・化粧品
- ・500円のお試し商品
- ・10日間分
- ・引き上げ商品は定期コース



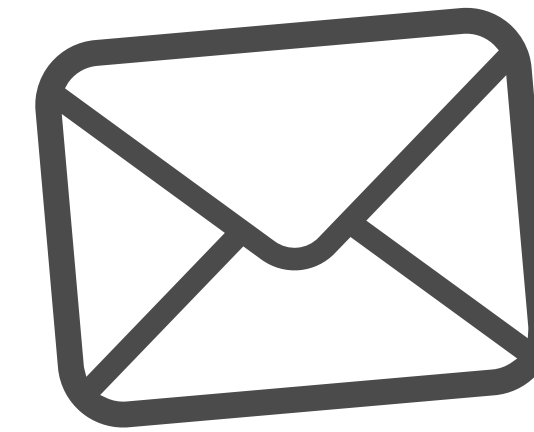
商品発送メール

2日後



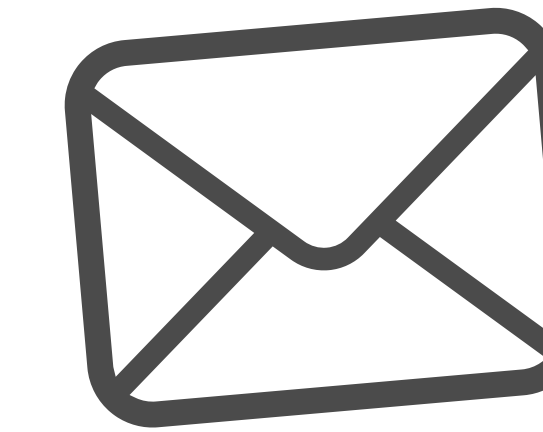
- ・商品到着確認
- ・購入のお礼
- ・正しい使い方

5日後



- ・使用感確認
- ・1カ月使った人の声
- ・キャンペーン案内
- ・定期コース案内

7日後



- ・変化の兆しチェック
- ・キャンペーン終了まであと3日！
(リマインディング)

10日後



- ・キャンペーン今日まで
(リマインディング)

10日以内に定期お申し込みで30%OFF
などの短期間キャンペーンの実施。



designtransmedia

カートの選び方

		カートA	カートB	カートC
ポイント管理	会員登録時のポイント付与	○	○	○
	失効期間の設定	×	○	○
	商品別のポイント設定	×	○	○
ステップメール	シナリオ制作数	○	×	○
	開封率取得	×	×	○
	メール内リンククリック取得	×	×	○
	メール内CV数取得	×	×	○
カート	カート画面内のHTML修正	×	○	○
	画面遷移数	4	3	3
	カート内関連商品掲載	×	○	○
	カート内アップセル	×	△	×
CMS	ブログ・コラム機能	○	○	○
会員機能	会員限定ページ作成	○	○	×
	会員ランク作成	×	○	×
商品情報	割引価格設定	○	○	○
	掲載写真点数	10	20	20
	掲載写真サイズ	500×500	無制限	無制限
	関連商品機能	○	○	○
	初期費用	¥0	¥10,000	¥50,000
	月額	¥3,000	¥10,000	¥30,000



IT導入補助金概要

- ・ ITツール(ソフトウェア)の導入に対して出る補助金
- ・ 補助額は制作費の2/3
- ・ 対象額は50万円～350万円
- ・ クラウド利用費なども対象になる

サイト制作費が対象ではない！

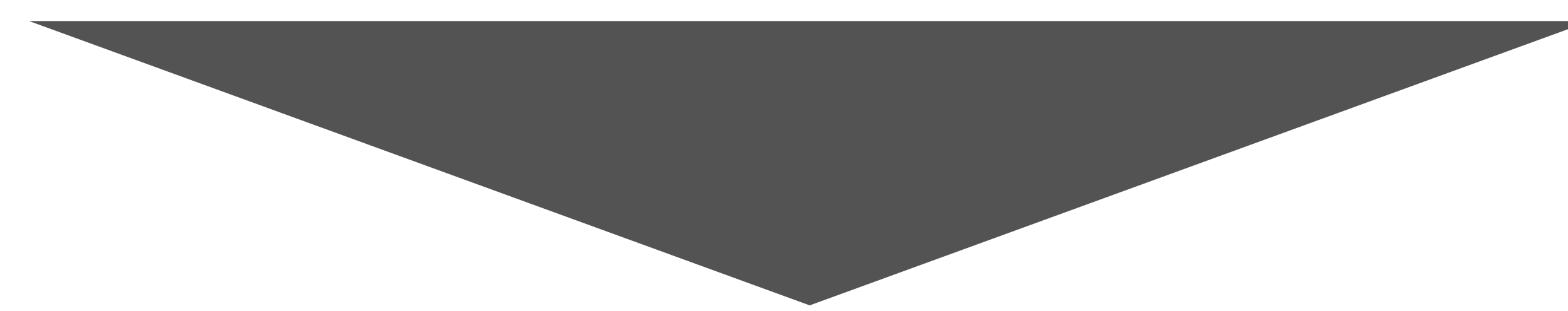


IT導入補助金使用例

ECサイト制作(Shopify) 100万円

運用管理費4万円×12カ月 48万円

合計 148万円



2/3の約97万円が補助

