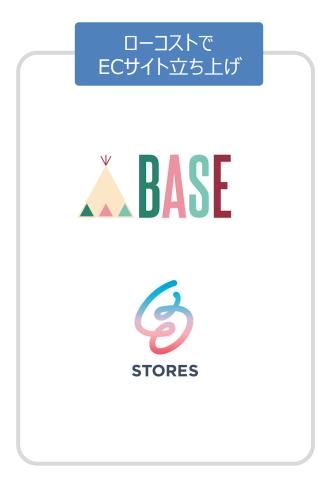


ストア出店+運用プラン

b.modeのECストアオープンと広告運用・管理支援

大きく分けて3つのECサイトを紹介します







サービスジャンル別の特徴



BASEなどは優れた操作性で、短期間でECサイト立ち上げが可能です。 個人や小規模の企業が利用する場合が多い。 サイト集客は1から自社で実施せねばならず、 売上を軌道に乗せるには苦戦しがちです。



EC CUBEなどは自社にあったECサイトを自由に作れます。表現に制限は少ないものの、制作コストが多くかかってしまうのと、サイト集客のプロモーションは1から自社で実施することになります。ブランディング浸透している企業向けです。

サービスジャンル別の特徴

ショッピングモール出店

Rakuten



- 楽天ユーザーは活発で売上が上げやすい
- 日本での流通額は3兆4000億円
- 女性・主婦層の利用率が高い
- しかし、ランニングコストも一定額かかり、ペイするまで時間がかかる
- 楽天主導のキャンペーンや広告出稿ではコストがかかるため、売上 が広告費で相殺され、利益が残しにくい
- 管理画面が複雑なため、管理者が慣れるまで時間がかかる

- Amazonユーザーは楽天ユーザーと若干客層が異なる。日本での流通額は1兆5000億円
- 独自にショップを出店するパターンとAmazon倉庫に卸として商品を補充するパターンがある
- 売れた際のAmazonマージンは15%くらい

Yahooショッピングストアへの出店



メリット

- 日本での流通額は4800億円
- サイト出店時の作業コスト以外の費用がほとんどかからない
- ※月々のモール出店費用は0円
- ※有料オプションも存在しますが、基本はオプションなしで問題なし
- ショッピングモールへの出店のため、最低限の集客は集めやすい
- ショップ管理画面の操作性も比較的簡単で、社内スタッフの作業負担も少ない

デメリット

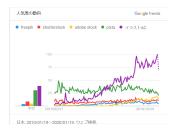
● 楽天・Amazonと比べると利用者数は少ない(業界3番手)

b.modeの支援内容

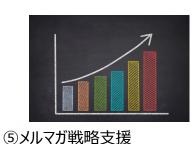
4)スタッフの運用 フォローアップ



⑥インターネット トレンド調査



⑦売上分析 ・コンサルティング



顧客拡大対策 リピータ対策

た商品戦略

⑧web広告運用



②モール検索 キーワード対策



①ストアサイト初期構築

③モールで売れやすい キャンペーン商品設計



新規獲得施策 リピータ対策 お試し商品戦略

積極的な広告展開 新商品開発等

初期構築 立ち上げ時

ネット需要に合わせ

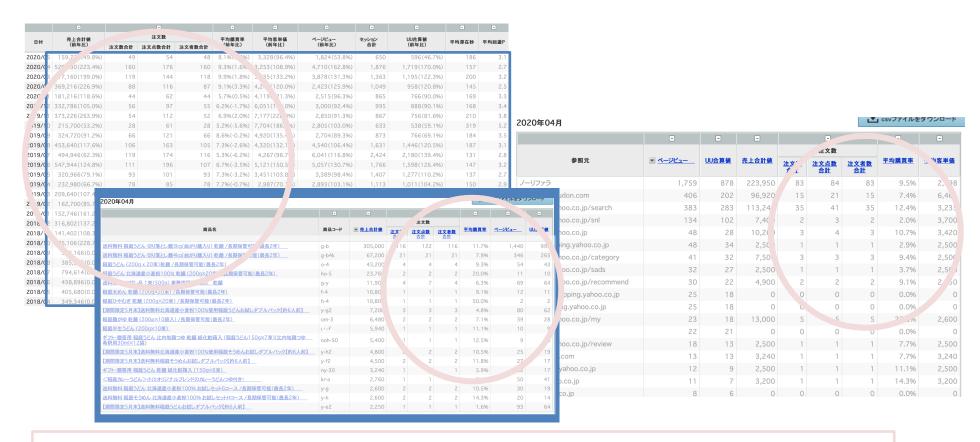
キャンペーン戦略・コンサルティングまで全て 対応可能!

ショップサイト立ち上げから商品戦略 運用担当スタッフのフォローアップ



b.modeの強み①

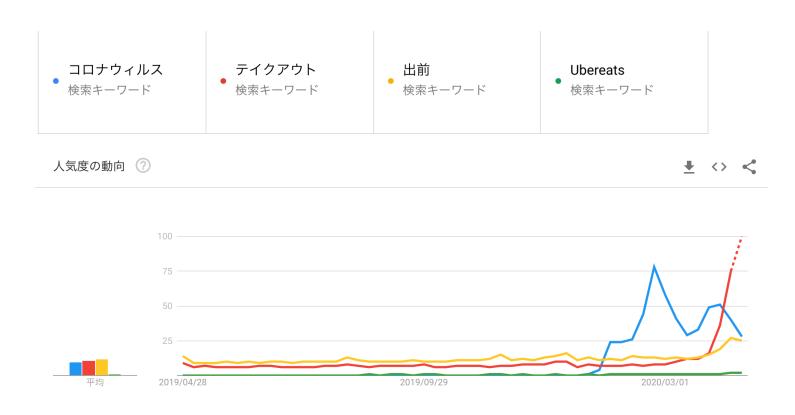
運用支援重視webマーケティング会社の売上分析とコンサルティング支援



売上分析により、どの商品に力を入れるか、今後の展開をどうすべきかなどを コンサルティングします。

b.modeの強み②

運用支援重視webマーケティング会社のトレンド調査支援



市場ニーズをマーケターが調査し、市場トレンドに合わせた商品戦略・キャンペーン戦略をアドバイス

実績

株式会社稲庭うどん小川様



https://shopping.geocities.jp/inaniwa-udon/

富士國物産株式会社様



https://store.shopping.yahoo.co.jp/fujikuni-bussan/

コスト

Yahooショッピングストア初期構築 30万円~ Yahooショッピングストア運用支援 5万円~

- 運用担当スタッフのフォローアップ
- 売上分析・アクセス解析報告・打ち合わせ
- メルマガ戦略・キャンペーン戦略のアドバイス

Web広告運用 初期構築費5万円 月額運用管理費3万円~

企業情報

b.mode株式会社

〒980-0014 宮城県仙台市青葉区本町2-10-33第二日本オフィスビル9F

TEL 022-796-2575 FAX 022-796-2576

http://www.b-mode.info

電話でのお問い合わせ (平日10:00-19:00) **022-796-2575**

メールでのお問い合わせ idea@b-mode.info