



ねこの手通信

2012年 7月 第28号
発行：株式会社カイネット



いつもお世話になっております、企画部の片山です。

先日、会社近くを歩いていると、段ボールを抱えたお兄さんに「いちご買いませんか?」と呼び止められました。

「1,000円です」「エッ! 1粒 100円!! なんてそんなに高いの!？」と聞くと、

「あの...あの! 大山さんが作ってるんですよ!？」... 誰??

でも買いました。大山さんが気に入って...

商品を売る・買ってもらうことに難しいなあ、と思うところですが、各社様、いろんなやり方でがんばっていらっしゃるようです。

今日はそんな事例を交えて『ねこの手通信』をお届けいたします。



※「大山さん」は仮名です

通販会社様のお悩みアンケート どんどこが「お困り(課題)」ですか?

※自社調べ及び通販新聞調査

お悩み① 新規客が獲得できない

お悩み② リポーターの確保/継続率のアップ



お悩み③ 休眠リストの活用

リポーターによって、売上・収益が成り立つ通販事業だけに、2位・3位の重要度が高いのはうなずける結果。各社様、お試し商品からの本品(長期)引上げやお中元・お歳暮贈答シーズンで売上確保など、計画を立てて新規のお客様からの売上リターンを図っておられます。

しかし昨今、顕著な1位「新規が取れない」お悩み果合は重症の様子です。理由は大手参入・不況・媒体審査の厳しさ...と様々。どこだけ継続施策やフォロー体制に力を入れていても、新たなお客様とのつながりが無ければ...

そんな中で ↓ 取り組んでいくべきことは

- 通販で実績の多い媒体を選ぶこと
- 広告の勝ちパターン(サイズ・キャッチコピー・デザイン)を見出すこと
- チラシの印刷・折込方法の効率化(ムダ撒きの削減)

など、やはりコツコツ改善していくことが大事!と弊社でもお手伝いさせていただくことが多いです。でも、「も、と根本的にどうにかするやり方はないものか!？」とお思いの会社様も多いはず。中にはこんな新規展開の方向転換をした会社様も...

裏面へ続く!