



本年もよろしくお願いします

企画部

通販会社様の業績アップのための何でも屋・企画部です。新規獲得のプロモーション案から、リピート施策、果ては全体のコンサルティングまで。お客様に貢献できるよう日々精進してまいります。本年もよろしくお願いいたします。



ゼネラルマネージャー
企画部マネージャー

片山 聡

営業部

昨年は、大きい目標、小さい目標、色々ありましたが、個人的には実現できなかった事が多かったなあと思いました。今年は、御社にとって「2013年が転機になった」と思ってもらえる様に私も共に頑張れるようにしたいと思います。今後とも長いお付き合いができる様に突っ走りしたいと思います。



営業部マネージャー

牧村 章弘

制作部

直接お会いして話しをする機会は少ないですが、その分、1つ1つの仕事を大事に、心を込めてデザインさせていただいています。日々勉強し、皆様に貢献できる「売れる原稿」を制作してまいります。

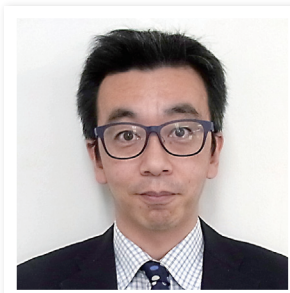


制作部マネージャー

小林 晴夫

管理部

お客様に喜んでいただくために弊社社員が最大限の力を発揮できるよう、経理・総務・その他社内環境全般の整備・向上に力を注いでまいります。本年もよろしくお願いいたします。



管理部マネージャー

濱口 一之



2013年
新年のご挨拶

謹賀新年

あけましておめでとうございます。
旧年中は大変お世話になり、ありがとうございました。
恵まれたご縁に心から感謝申し上げます。

ケイ・ネットには
「お客様の役に立つ。そして最も信頼されるパートナーになろう。」
という理念があります。
これは20年広告業に携わってきた私自身が一番大切にしている心の姿勢です。
またその理念の実現のため、
ケイ・ネットで働く人間は全員、**8つのクレド**を誓います。

1. 通販プロモーションに精通する
2. 各分野でプロになる
3. コミュニケーション力を上げる
4. スピードを上げる
5. PDCAサイクルを基本にする
6. 高い社会人力を持つ
7. 大手競合に負けない個人力
8. 自分だけの目標、夢を持つ

昨年、自分たちがみなさまに「役に立つ」仕事をお返しできたかどうかを自問しつつ、
新しい年、「最も信頼いただけるパートナー」となれるよう
社員一同、一層の熱意と努力で取り組んでまいります。

本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。



株式会社ケイ・ネット
代表取締役

村田 佳子

通販成功へのお悩み診断チェック100

今、何が足りないかが明確にわかる**100項目**。お悩みポイントをぜひケイ・ネットにご相談ください。

- | | | | |
|--|--|---|--|
| ☐ 通販事業を黒字化させたい | ☐ 少ない広告費用で大きな反響・利益を得たい | ☐ 商品原価が高い | ☐ 自社の顧客属性を分析したい |
| ☐ 1stepか2stepか販売方法で悩んでいる | ☐ 顧客獲得はフリーペーパーだけ | ☐ 名前だけではどんな商品かわからない | ☐ 顧客に合わせたCRMができていない |
| ☐ 客単価を上げたい | ☐ 広告媒体を広げたい | ☐ パッケージにインパクトがない | ☐ お客様の声が集まらない |
| ☐ 実作業に追われ、戦略が立てられない | ☐ 安価で優良媒体に掲載したい | ☐ 勝つための商品設計がわからない | ☐ 体験談の取材の仕方がわからない |
| ☐ 課題点がわからない | ☐ 反響が取れなくなってきた | ☐ 新商品開発に一般消費者の意見を取り入れたい | ☐ ターゲット層のモニターが集まらない |
| ☐ 年間計画を作っていない | ☐ 広告内に1番ポイントがない | ☐ 商品の良い部分がたくさんありすぎてしぼれない | ☐ 写真掲載できるモニターがいない |
| ☐ 広告費、販促費の適正なバランスが知りたい | ☐ 商品の特徴を上手く訴求できていない | ☐ 通販に適した価格帯を悩んでいる | ☐ お客様イベントをやってみたい |
| ☐ 競合他社の情報を集めたい | ☐ 大きなサイズの原稿を試してみたい | ☐ 高額商品の通販を成功させたい | ☐ 最初に送る同梱物を見直したい |
| ☐ 会社、商品のブランド価値を高めたい | ☐ 新しい訴求でテストをしたい | ☐ 食品通販ならではのリピート策を考えたい | ☐ 制作物のデザインがマンネリ気味 |
| ☐ 通販成功のポイントを知りたい | ☐ チラシで効率よく新規獲得したい | ☐ ターゲット層が明確ではない | ☐ ツールに統一感がないと感じる |
| ☐ 無料サンプルを検討している | ☐ テストマーケティングに適した媒体を知りたい | ☐ ターゲットへのアプローチ方法で悩んでいる | ☐ 手紙やニュースレターを手書きにするスタッフがいない |
| ☐ 併売がうまくいっていない | ☐ PR戦略方法が分からない | ☐ 思い切って新たなターゲットに売り込みたい | ☐ お客様に親しみを持って頂くツールをつくりたい |
| ☐ 複数の商品をどう売っていけばよいかわからない | ☐ 効果効能を伝えたいが、薬事法の知識がない | ☐ 定期顧客獲得が難しい | ☐ 作りたいツールがあるが社内では企画・制作できない |
| ☐ 年間購入回数が少ない | ☐ どういう売り方が効率が良いのかわからない | ☐ 定期コース誘導のプログラムを見直したい | ☐ DMの反応が悪い |
| ☐ 長期購入顧客が少ない | ☐ 効果的なメルマガを作りたい | ☐ どうすれば定期顧客が増えるかわからない | ☐ 我社のこだわりや想いをお客様に伝えたい |
| ☐ お試し商品を買ってもらえても、本品購入に至らない | ☐ 広告の費用対効果が合わない | ☐ ロイヤリティの高い顧客をどう優遇すべきなのか | ☐ ノベルティグッズをつくりたい |
| ☐ 商品を買ってもらえても、継続購入に至らない | ☐ PDCAのまわし方(検証の仕方)がわかりづらい | ☐ 休眠リストを活性化させたい | ☐ オファーに何が適しているのかわからない |
| ☐ 売上と費用の試算が立てられない | ☐ 売れるチラシを作りたい | ☐ 顧客リストをクリーニングしたい | ☐ お中元・お歳暮の売り上げを伸ばしたい |
| ☐ 新商品のプロモーションを考えてほしい | ☐ 売れる広告を作りたい | | |
| ☐ 通販に必要なスタッフ数がわからない | ☐ WEB広告はどうすればよいかわからない | ☐ テレマの外注を考えている | ☐ 差別化できる商品開発がしたい |
| ☐ 社内に通販のプロフェッショナルがいない | ☐ リピー特性が低い(季節限定など) | ☐ アウトバウンドの効率が悪い | ☐ 注文から商品発送までの時間がかかり過ぎてしまう |
| ☐ 通販のコンサルティングがどのようなものかわからない | ☐ コンセプトがない | ☐ コールセンターの人数を増やしたい | ☐ 決済方法を増やしたい |
| ☐ エリアマーケティングを行いたい | ☐ 商品の「売り」が明確ではない | ☐ テレマ、物流、システムを一気通貫で外注したい | ☐ アウトソーシングする業者の情報が集まらない |
| ☐ 新規事業の場合何年で黒字化するのか知りたい | ☐ 商品へのこだわりや想いが弱い | ☐ システムの入替を検討している | ☐ 調査の予算が取れない |
| ☐ 値引きをせずに販売したい | ☐ 商品のストーリーは必要なのか | ☐ データ抽出に時間がかかる | ☐ 社員の成長を望んでいる |
| ☐ どの媒体を選んだらいいかわからない | ☐ 他社との差別化が図れていない | | |

チェックいただきましたこのお年賀DMをFAXでご返送いただくと、御社のお悩みに合わせたご提案をさせていただきます。

FAXはコチラ

06-6315-3005

御社名

2013年ケイ・ネットは、

「コールセンター、ロジスティックス、システム、商品開発」など強化を図ります。

その他にも、皆様の通信販売業のお役に立てる新サービスを企画中!