

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～小資金で短期間に軌道にのせる
ネットショップ成功術～

by ネットショップ支援委員会

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

はじめに

ほとんどのネットショップは失敗しています。

失敗とは、毎月の収支が赤字を続け、個人の資金をも食いつぶし、これ以上運営が不可能になってしまう状態です。ほとんどがこういった最悪のエスカレータに乗ってしまっています。

あなたはこのマニュアルにより、ネットショップ運営に潜むワナを事前に回避し、多くの成功ネットショップがやってきたノウハウを知ることができます。

そして、そのノウハウを使ったネットショップ運営を、ワクワクしながら楽しく進めていくことができます。

ネットショップ運営は正直、簡単なものではありません。ネットショップ運営の新常識を知らないために、最悪の赤字倒産ということにもなりかねません。

しかし安心してください。あなたはこのマニュアルによって、

- 成功するネットショップの立ち上げノウハウを知ることができます。
- 短期間に、小資金で成功軌道に乗せることができるようになります。
- お客様から感謝の声が頻繁に届くようになります。
- 少ない労働時間で永続的に利益を生む、優良ショップを開設することができます。

ではわくわくする気持ちをおもいきり解放して、次のページに進んでください。

ネットショップ支援委員会 代表 石田

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

第1章 ほとんどのネットショップは 赤字への階段を着実に上がっている

インターネットでは、経費はクレジットカードで支払うことが多くなります。

想像してみてください。

広告費、出店維持費用、インターネット接続料などの経費が、ネットショップでの利益を超えたしまったところを。

こうなると、自分のおこづかいを口座に入金して、クレジットカードからの引き落としに間に合わせるしかありません。これは多くのネットショップが何度も体験していることなのです(私もそうでした)。

私の知人で、サラリーマンをしながら、副業でネットショップを運営していた人がいました。副業でやっている段階ではとても順調でした。

あるときに、ネットショップだけで生活ができそうだという目算が立ったため、会社をやめてしまいました。そして退職金を事業の運営資金としたのです。

ここに落とし穴がありました。退職金を使ってデザイナーに依頼し、カッコいいネットショップを作ってしまったのです。彼の転落が始まった瞬間でした。

翌月からは売り上げが30%減。2ヵ月後には約半分に。3ヵ月後には、異常な忙しさをショップ運営に追われ、半年後にはまたサラリーマンに戻ってしまいました。

また、こんな人もいました。

この方は健康食品を扱うネットショップを開設しようと私に相談を持ちかけました。私はネットショップ運営の基礎的なお話をしました。

しかしその翌日、なんと日本最大級のショッピングモール「楽天」に出店してしまったのです。確かにショッピングモールへの出店については助言しませんでした。が、まさかそ

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～
のような選択をしてしまうとは思いませんでした。

彼はいまでも、毎月高額な出店維持費用を払うために、電卓とにらめっこをしています。

それから、アクセス数と売り上げが比例すると思い込んでいたあるショップは、検索エンジンで上位表示させるために、SEO対策費として個人にしては巨額である、100万円以上もの費用をかけて業者に依頼してしまったのです。

一時期は売り上げが上がりました。しかし恐ろしいことがおきました。なんと Yahoo の検索結果表示の仕組みが変わってしまったのです。

それによって、昨日まで1ページ目の第1位で表示されていたのが、現在では3ページ目に表示されています。今までかけた SEO 対策費はまったくの無駄になってしまいました。

正直いって、もう彼らのような状態になっては手遅れになりかねないのです。

それにしても、いったいどうして彼らのような失敗を繰り返しているネットショップが多いのでしょうか？

それは、誤った常識を妄信してしまっているからなのです。

ネットショップでの失敗事例はあとを絶ちません。少ない資金を使って、絶対に儲かると信じていたネットショップで、ビジネスの生命線ともいえる資金が尽きてしまっては手遅れになります。それどころか、赤字を背負うことにだってなりかねないのです。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

第2章 あなたの常識では、大勢の赤字ショップ と同じ道を歩むことになる！！

なぜ成功するネットショップがある一方で、失敗するネットショップも数多く存在してしまうのでしょうか。

それは、実際に店舗を構えた場合と同じ感覚でネットショップを運営しているからなのです。インターネットでビジネスを行うためには、いままでのあなたの常識とは異なる意識が必要になるのです。

この事実を知らないまま、いままでの常識でネットショップ運営を行ってしまうのは、とても恐ろしいことなのです。このままでは、毎日、毎分、毎秒、失敗へ進んでいることになります。

間違った常識とは以下のようなものがあります。

■ ネットショップは、かっこよくなければいけないという常識

実際の店舗では、かっこいい店舗は繁盛します（ドンキホーテのような戦略的な汚さは別として）。しかし、ネットショップではまったく関係がありません。かっこ悪くてもいいのです。

かっこ悪くてもいいから、とにかく自分で作るべきなのです。なぜなら、ネットショップ成功の最大のポイントは「アドバイス」にあるからなのです。あなたのショップにアクセスしてきた人は、あなたにデザイン性を求めているわけではありません。あなたに求めているのは、自分の悩みをいかに解決してくれるか。その一点につきます。

■ ショッピングモールへ出店しないと儲からないという常識

ショッピングモールには確かにメリットはあります。しかし、あなたがこれから先、ずっとインターネットビジネスにかかわっていくつもりなのでしたら、迷わずショッピングモールはやめてください。その理由は後述しますが、ホームページを自作し、それをネットショップとして運営するべきなのです。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

ショッピングモールへ出店すると大きなメリットがあります。

- ・ キャンペーンやメールマガジンなどで、アクセスアップのための支援してくれる。
- ・ ショッピングモールを回遊している人が訪問してくれる。
- ・ ショッピングカートがすでに設置されている。

など…。

しかしこれらは、残念ながらそれほど大きなメリットとはなりません。それに比べて、デメリットが大きすぎます。そのデメリットとは、毎月かかるコストです。

日本では最大級のショッピングモール「楽天」ですと、毎月の費用はなんと5万円！！信じられない高さです。しかも半年分を一括して払う必要があるし、売り上げごとに数パーセントの手数料を払わなければならないのです。

じゃあ、もう少し安いショッピングモールに出店すべきか？これはもっと最悪。

ショッピングモールのメリットのうち「アクセスアップを支援してくれる」と「回遊している人が訪問してくれる」がなくなってしまいます。これらのメリットは、大きくて力のあるショッピングモールであることが大前提だからです。すべてが中途半端になってしまいます。

■アクセス数を上げないと、売り上げも上がらないという常識

これも大きな誤りです。アクセス数とは、あなたのショップに訪れた人の数であって、あなたのショップの商品に興味がある人の数ではないのです。

確かにアクセス数が多いに越したことはありません。しかし、アクセス数を増やすために検索エンジンで上位表示させようと、多額のコストをかけて「SEO対策」をするなんてもってのほかです。儲かるのはSEO対策を商売としている人たちだけです。

しかも前述したように、検索エンジンの仕組みが変わってしまって、昨日まで1ページ目の1番上に表示されていたあなたのショップが、今日見たら10ページ目になっているということもあるのです。

そうなってしまっても、当然 SEO 対策費は返ってきません。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

第3章 このマニュアルを書くきっかけとなった 私の恥ずかしい失敗経験

私は、インターネットビジネスのベンチャー企業の立ち上げに参加した経験があります。まさにネットバブル全盛のとき。誰でも2年後には億万長者になると、真剣に思っていた時期でした。私も例外ではありませんでした。

そしてネットバブルが崩壊。私が参加していたベンチャー企業も、残念ながら失敗してしまいました。原因は、成功を信じての先行投資でした。

プログラミングの知識があった私は、その後ソフト開発会社に転職しました。しかし、仕事が面白くない……。毎日毎日同じことに繰り返してでした。ベンチャー企業の立ち上げに参加していた私には、まったく物足りない日々だったのです。

そこで、インターネットビジネスの知識を生かして、会社内に内緒でインターネットでの副業を開始したのです。それが、ネットショップでした。

はじめは、多くのネットショップが陥る失敗のエスカレータに片足を入れていました。絶対に売れる！と思っても、思うように売り上げが伸びない。

私が扱った商品は教材でした。コンピュータの専門家のための国家試験「情報処理技術者試験」というものがあるのですが、この学習教材です。

といっても書店で売られているようなテキストではなく、自分の声で解説し、それをCDに録音して売ります。コストはCD-R(80円程度)と送料のみ。利益率は95%を超える教材でした。

正直、絶対に売れると思いました。これは、ソフト開発者にとって、いままでの学習の常識を変えるような、すばらしい商品だ！と。

事実私は、CDに録音された学習教材である「オーディオセミナー」を使って、頻繁に勉強していたのです。耳から聞く学習スタイルなので、通勤中が私のメインの学習時間なのです。そのため、このような革命的な商品が売れないはずがない……。と。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

しかし実際には、そんなにうまくはいきませんでした。商品を作り、ホームページをたて、商品の売り込みを開始しました。しかし、だれもショップに来てくれません。アクセス数は、毎日1桁台を記録し続けました。

そこで私は、広告を出すことをはじめました。ターゲットはメールマガジンです。情報処理技術者試験に関するメールマガジンを「まぐまぐ」からいくつか抽出し、広告掲載の依頼をしました。

一ヶ月で10回、約10万円の広告費を使いました。確かに広告を出した直後はアクセス数が200件を越えました。しかし、一ヶ月間の売上げが3000円。本当に愕然としました。正直、この商品は望まれていないのだと考えるようになりました。

しかし、ネットショップの新常識を知り、何度か試行錯誤することにより状況は一変しました。毎月10分程度の作業で、売れる売れる。実際には副業ですので、そんなに目立つわけにはいかず、売上げを抑えたくらいでした。

現在はその知識を生かして、サラリーマンをしながらも充実した職業についていますが、インターネットで稼ぐための新常識を知らなかったら、今の私はないでしょう。多くのネットショップと同様に、最悪の赤字の連鎖を体験したはずです。

このような経験から私は、私と同じような失敗をみなさんにしていただきたくないというように思うようになりました。それが、このマニュアルを作成した動機です。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

第4章 こうすれば毎月100万円も夢ではない！ スーパーな実践編

■ネットショップは、かっこ悪くても全然OK

ネットショップにかっこよさは不要だと言いました。これはどういうことなのでしょうか？理由は、実際の店舗とインターネット上の店舗との違いにあります。

実際の店舗では商品が目の前にあります。手に取ることができます。手に取った商品はイメージとして頭にインプットされます。ですから「かっこいい！」は非常に重要な要素なのです。

しかしネットショップの場合には手にとることができません。ではどのように購買の意思決定をするのでしょうか？

そうです。説明文なのです。あなたの商品説明にお客様は心を動かされ、商品を購入するのです。

ではどのような商品説明にすべきなのでしょう？キーワードは「アドバイス」です。

購買意欲はその商品を購入することにより得られるメリットを、具体的に想像できた時点で発生します。ですから「かっこいいショップだなあ」ではなく「この商品は私にとって〇〇というメリットが得られそうだなあ」という感覚に、いち早くなっていていただくべきなのです。

そういう感覚になってもらうためにあなたがアドバイスをするのです。「あなたの悩みを解決する方法は〇〇〇です。そのためにはこの商品がお勧めですよ。」という具合です。

実はあなたのショップに来ている時点で、その人はあなたのショップや商品に興味を持っているのです。一昔前のインターネット黎明期では、「ネットサーフィン」と呼ばれる、インターネットを回遊していた人が多くいました。しかしインターネットの普及に伴い、インターネットは情報を探す人であふれかえっています。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

ですから、検索エンジンやメールマガジン、広告などによりあなたのショップに來た時点で、その人はすでに「興味客」であると言えるのです。

すでに興味を持っている人は、こういった感覚であなたのショップを見ています。「私の悩みを解決するには、どうしたらいいのだろうか・・・。」

人が物を買うことを決める瞬間、それは「悩みの解消が具体的にイメージできる」時です。つまり、お客は「物が欲しい」のではなく、物を買うことによって得られる「心の充足感」が欲しいのです。

まず、あなたのショップを見ている人が不安に思っていることを考えます。そしてその不安を解消してあげるようなメッセージを、商品説明にするのです。お客は自分の不満が解消される情報は、隅から隅まで読むでしょう。

商品を購入していただくのですから、当然商品に関する説明は必要になります。しかしメリットがない文章を読むはずがありません。そのためには、読み手が引き込まれるような文章テクニックが必要になります。

読み手が引き込まれるためには、顧客の共感を得る必要があります。「あなたのことを言っているんですよ」という文章です。読み手の共感を得て、知らず知らずのうちに商品説明になっている文章が理想的です。

そのためには以下の手順で文章を構成すると良いでしょう。

① 問題の提起

あなたのショップを訪れた人は、ある悩みを抱えています。まずはその悩みを顕在化させる必要があります。商品を購入しないことによるデメリットから逆算して考えると、読み手の危機感をあおることができます。

② 解決策

読み手の頭が危機感でいっぱいになったら、そこで解決策を提示します。あくまでも、商品自体のメリットを提示するのではなく、商品を購入することにより悩みが解決することを提示するのです。

③ 購入の意思決定支援

解決策を提示したら、読み手はこうに思っています。「そうか、欲しいなあ」。このような「まあ、そのうち」の状態では、そのうちあなたの商品の存在を忘れてしまう

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～
でしょう。ですから、欲しいと思ったその瞬間に購入してもらうのです。そのためには以下のように限定感を出す文章を加えることが効果的です。

「期間限定！○月○日まで」「残りわずか！あと3個」「今すぐクリック！」

よく目にするような文句ですが、実はとても効果があります。

いかがですか？カッコよさと売れ行きはまったく別のものなのです。

もしあなたが、自分でデザインしたイラストなどを販売したいのであれば、実力を見てもらうという意味で、カッコいいショップが必要かもしれません。しかし一般的には、デザイン性よりも情報量が商品の売れ行きを左右します。

どんどんアドバイスをして、どんどん買ってもらいましょう。

■ショッピングモールはまったく不要

ネットショップの運営で、一般的には以下の経費がかかります。

～ショッピングモールに出展する場合～

- ・ADSL接続料金
- ・ショッピングモール出店、維持費用

～自分でホームページを立ちあげる場合～

- ・ADSL接続料金
- ・独自ドメイン維持費用
- ・レンタルサーバ費用
- ・ショッピングカート、フォームメールシステム導入費用

上記の2つのタイプを比べて見てください。明らかに「ショッピングモールに出店する場合」の方が簡単ですね。そのとおりです。ショッピングモールを利用する理由のひとつは、面倒なことを省略するためなのです。

インターネットの初心者がまずぶつかる壁は、知識不足によるものです。「独自ドメイン」「レンタルサーバ」「ショッピングカート」「フォームメール」。これらの意味がよくわかっていないために、それらについて勉強するよりも、お金さえかければすべてクリアになる「ショッピングモール」という手段になるの

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～
です。

しかしここで考えてみてほしいことがあります。あなたはこれから半永久的にインターネットでビジネスを展開していくつもりなのですよね？そのようなあなたが、勉強するのが大変という理由でショッピングモールを利用してしまっ
て、本当にいいのでしょうか？

勉強は一時期です。2週間もあれば、かなりの知識が身につくでしょう。1ヶ月もあれば、ある程度指導できるくらいの知識になります。一方、ショッピングモールのコストはインターネットビジネスをやっている以上、ずっとかかっていくのです。こうしている今も、ショッピングモールへの上納金（月額維持費用）が支払われ、ショップの利益は圧迫され、それを補うために値上げをしたり、夜遅くまで作業したりという人がいるのです。

だれでも初めはわからないことだらけです。しかし実際に勉強してみると、それほど難しいものではないことに気づくでしょう。あなたは商売人なのです。インターネットビジネスのプロにならなければなりません。

時間をまったく無視するのなら、すべてを無料で行うことはできます。

- ・自分でホームページを作る
- ・自分でショッピングカートシステムを作る
- ・SEO対策を勉強して、自分で対策をする
- ・広告を出さずに、無数に存在する掲示板に自分で書き込む

このうち、どこまでを自分でやりますか？時間と情熱があればすべてを自分でやることをお勧めします。

しかし・・・残念ながら現実的ではありません。時間ばかり過ぎて儲からないので、どんどんモチベーションが下がっていき、本格的な稼動前に廃業・・・というシナリオは目に見えています。

時間はお金で買うことができます。ショッピングモールへの出店はお金がかかりますが、出店によりショップ開設までの勉強時間を削ることができます。一方、自分でショップを開設するために、CGIなどのプログラミングを1から勉強して導入できるようになるためには少なくとも半年の勉強時間が必要になります。これは現実的ではありませんよね。こんなことはプログラマに任せておけばいいのです。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

ですから、どこからどこまでをお金で解決して、どこからどこまでを自分でやるかを明確にする必要があります。時間とコストのバランスに加えて、将来生み出される利益も考えるべきです。それはあなたがこれから先、どのようにインターネットでビジネスをしていくかに依存します。

これから先、ずっとインターネットビジネスと関わっていきたい場合には、

- ・ショッピングモールに出店せずに、ネットショップは自作する
- ・ショッピングカートは購入し、自分で導入する

というのが、今後幸せにビジネスを行っていくための基準です。とても大事なことなのでもう一度いいます。

- ・ショッピングモールに出店せずに、ネットショップは自作する
- ・ショッピングカートは購入し、自分で導入する

これが長期にわたって成功する、唯一の条件です。将来的に、ネットショップ開設のためのコンサルティングサービスも提供していけるでしょう。本も出版できるでしょう。教材を売ることが出来るでしょう。

利益率95%以上の夢のビジネスも可能です。

■金をかけないで、自分でやるSEO対策で十分

SEO対策といわれる、検索エンジンで上位表示させるための仕掛けがあります。このSEO対策に巨額のお金をかけるショップが後を絶ちません。こんなことをすると、資金はあっというまに尽きてしまいます。はっきりいって、お金をかけてのSEO対策は不要です。

確かに、検索エンジンでの上位表示は必要です。2位よりも1位、2ページ目よりも1ページ目に表示させなければなりません。あなたのショップが繁盛するためには検索エンジンで上位表示させて、アクセス数を増やさなければなりません。

しかし、実は自分で出来る範囲でのSEO対策で十分なのです。またPPC広告を使うと、小予算で上位表示をさせることができます。ショップの信頼性も

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～
あがります。なにも巨額の資金でSEO対策をする必要はないのです。

SEO 対策をするにあたり、Google ツールバーは必須です。無料ですので、今すぐインストールしてください。目的はあなたのショップのページランクを知るためです。

<引用>

PageRank(ページランク)はウェブサイトの人気度を 1 から 10 の数字で表す Google 独自のテクノロジーです。これを知るためには、通常 [Google Toolbar](#) をダウンロードしてブラウザにインストールする必要がありますが(省略)

ではまず、

<http://www.google.co.jp/>

にアクセスするか、検索エンジンに「google」と打ち込んで検索してください。

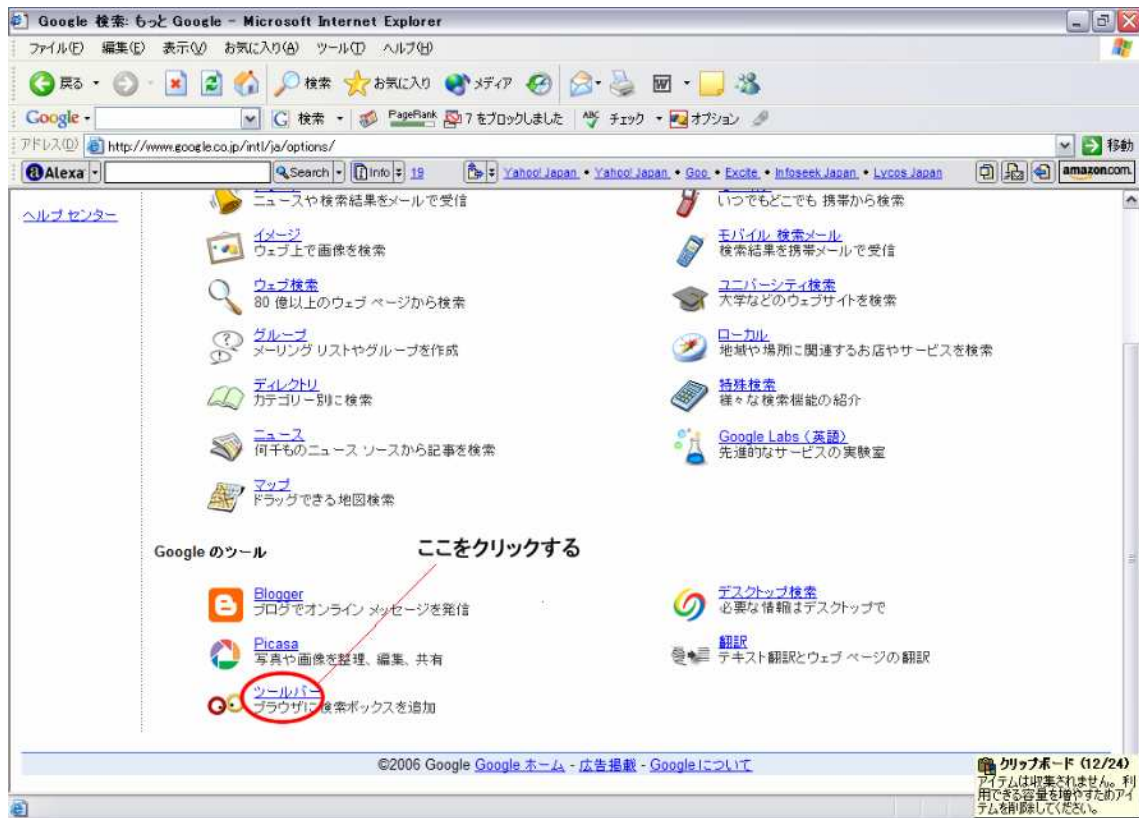
ページが表示されたら「more」をクリックします。



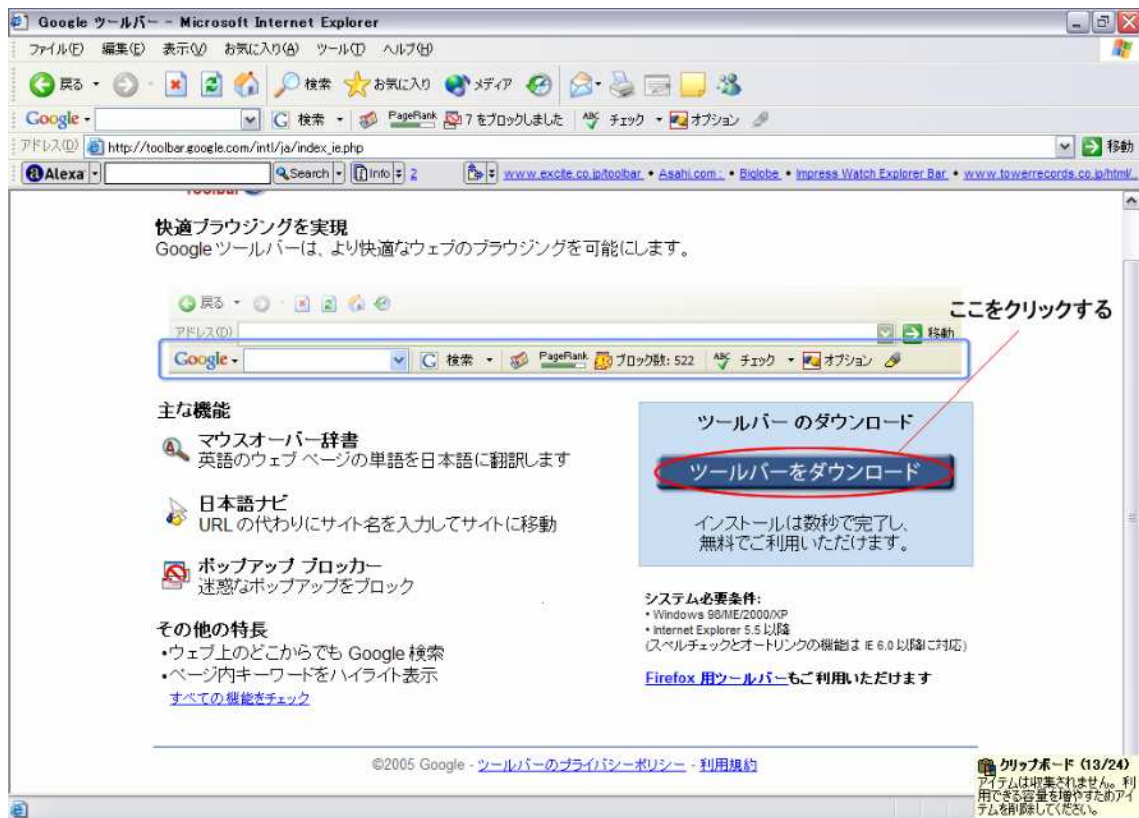
そうすると以下の画面が表示されます。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～



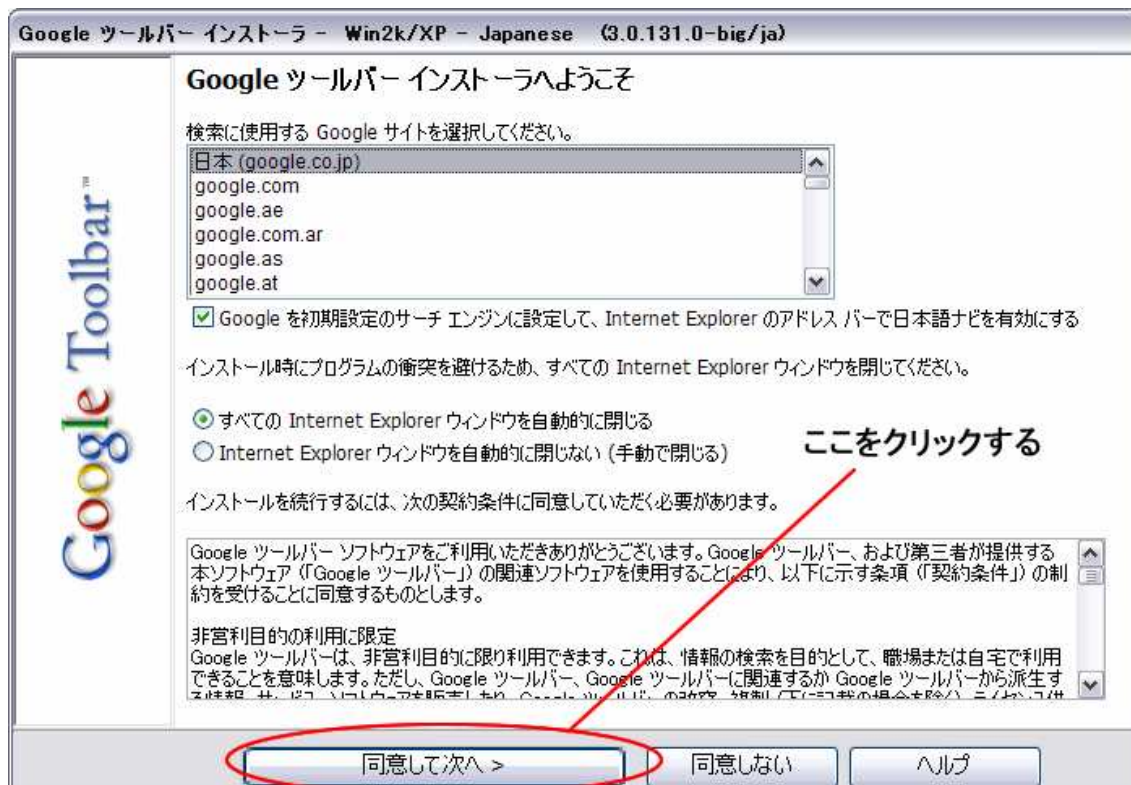
画面下の「ツールバー」をクリックすると以下の画面が表示されます。



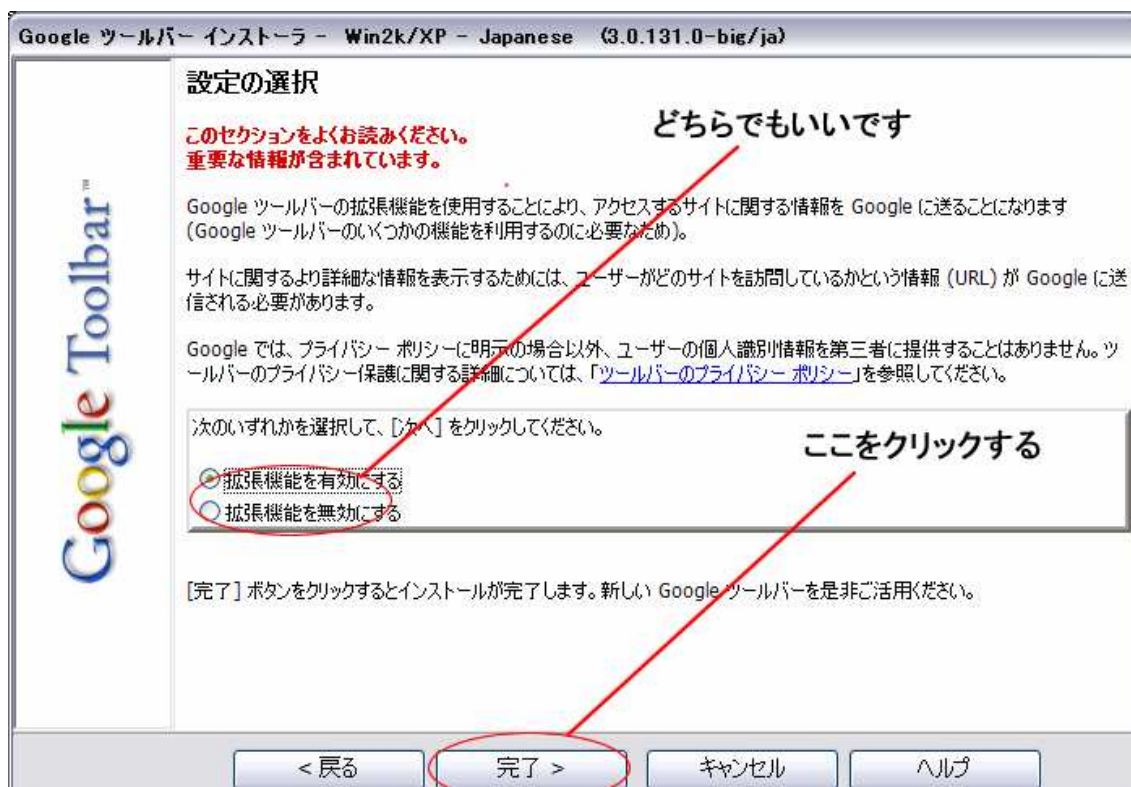
なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

ダウンロードをクリックして、インストールを開始してください。



「同意して次へ」をクリックします。



なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

「拡張機能」は、有効でも無効でもどちらでもいいです。最後に「完了」をクリックし、インストールが終わりです。

そうすると、インターネットエクスプローラに Google ツールバーが設置されます。



Google ツールバーにページランクが表示されます。ページランクは10段階です。基本的には、このページランクを高くすることがSEO対策だと思ってかまいません。とりあえずは「3」を目指してください。

ちなみに私のサイトのページランクは「4」です。



では、どのようにしたらページランクを上げることができるのでしょうか。対策はたくさんありますが、断言します。すべてはできません。簡単にできるものをいくつかご紹介いたします。正直いってこれだけで十分です。これだけで私は、ページランク「4」を達成しています。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

■ ネットショップの情報量

ショップに関する情報や、商品に関する情報を文字で大量に書いてください。ポイントは「文字」で書くことです。

資格試験用の教材を売の場合には、過去問題をショップ内に掲載すると非常に効果があります。過去問題は毎年必ず発表されるものですから、過去にさかのぼると膨大な文字情報を入手することができます。

■ 画像の ALT 属性にも情報を

文字だけではなく、画像の ALT 属性に情報を書くことにより SEO 対策になります。

例えば以下のように IMG タグを作成してください。

```
<IMG SRC="image1.gif" ALT="情報処理技術者試験に関するのなら、なんでもそろってます">
```

■ リンクは、その先の情報を明記

リンクについてですが、以下のように書いている人が多く見受けられます。

「詳しくは[ここ](#)をクリック」

SEO 対策したリンクは以下のようなリンクです。

「[情報処理技術者試験の過去問題はこちらです](#)」

Google では、リンク先に「情報処理技術者試験の過去問題」に関する情報があると認識し、ページランクをアップさせます。

■ 相互リンク

最大の SEO 対策は、ページランクが高いサイトからのリンクです。例えば、ページランク 4 のサイトがあったとします。そのサイトからあなたのサイトにリンクを張ってもらえれば、非常に大きな SEO 対策となります。

私のサイトでは相互リンクを受け付けています。ページランクが「4」ですので、大きな効果が期待できます。→ admin@1st-biz.net までメールをください。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

第5章 利益を上げ、しかもお客様から感謝の声が 頻繁に届く、利益確保までのステップ

では、商品購入における具体的なステップをご紹介します。少なくとも、このステップどおりに行えば、わずかな予算で利益を確保することができます。

■メールマガジンへの広告から、売り上げ確保までのステップ

1. 販売している商品に興味がありそうな人を想定する（ターゲットの選定）。具体的なほど良い。その人は何歳くらいで、性別は？職業は？家族構成は？
2. ターゲットとなる人が興味を持っていそうなメールマガジンを、「まぐまぐ」で探す。
→ <http://www.mag2.co.jp> または 「まぐまぐ」で検索する。その中から、発行部数が5000部以上のメールマガジンを抽出する。
3. 広告掲載の依頼をする。多くの場合は、メールマガジンか、発行者のサイトに広告掲載についての記述があるはず。なければ以下のようにお願いしてみる。

○○○さま

いつも貴誌を拝読させていただいております、×××と申します。
いつも価値ある情報を、ありがとうございます。

特に△△△△△の回は大変勉強になりました。私も□□□□□□
□□□□□。

ところで、貴誌に広告を掲載していただけないでしょうか？
詳細をお知らせいただけると幸いです。

突然のメールで失礼いたしました。今後もメールマガジンの発行を
楽しみにしております。

4. 掲載された12時間以内のクリック率の増加を調査する。多くの場合、メールマガジンは12時間までに読むため。クリック率を調べるには「アクセス解析」を導入する。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

5. 掲載された48時間以内の、購入や資料請求などのアクションの増加を調査する。
多くの場合、購入や資料請求の意思決定は、48時間以内に行われるため。

6. 調査結果は、ほかの広告手法や、他の広告文との比較に使用する。

■PPC広告からの、売り上げ確保までのステップ

PPC広告とは、Yahooなどで検索した場合に、その検索キーワードに一致した広告が表示されるというものです。検索結果の最上部や、右側に表示されている「スポンサーサイト」と書かれた部分です。



PPC 広告の代表的なものに「オーバチュア」と「Google アドワーズ」があります。
PPC 広告はクリックされるごとに課金されていきます。

PPC 広告において表示される順位は、1クリックでいくら支払うかという金額に大きく依存します。

A 社が「ネットショップ」というキーワードで、1クリック30円と設定したとします。同じくあなたが「ネットショップ」というキーワードで1クリック20円と設定したとします。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

ある人が「ネットショップ」と検索エンジンで検索すると、スポンサーサイト欄には、A 社の広告と、あなたの広告が表示されます。順位は、A 社のほうが上に表示されます (実際にはもう少し複雑な計算によって決められますが)。

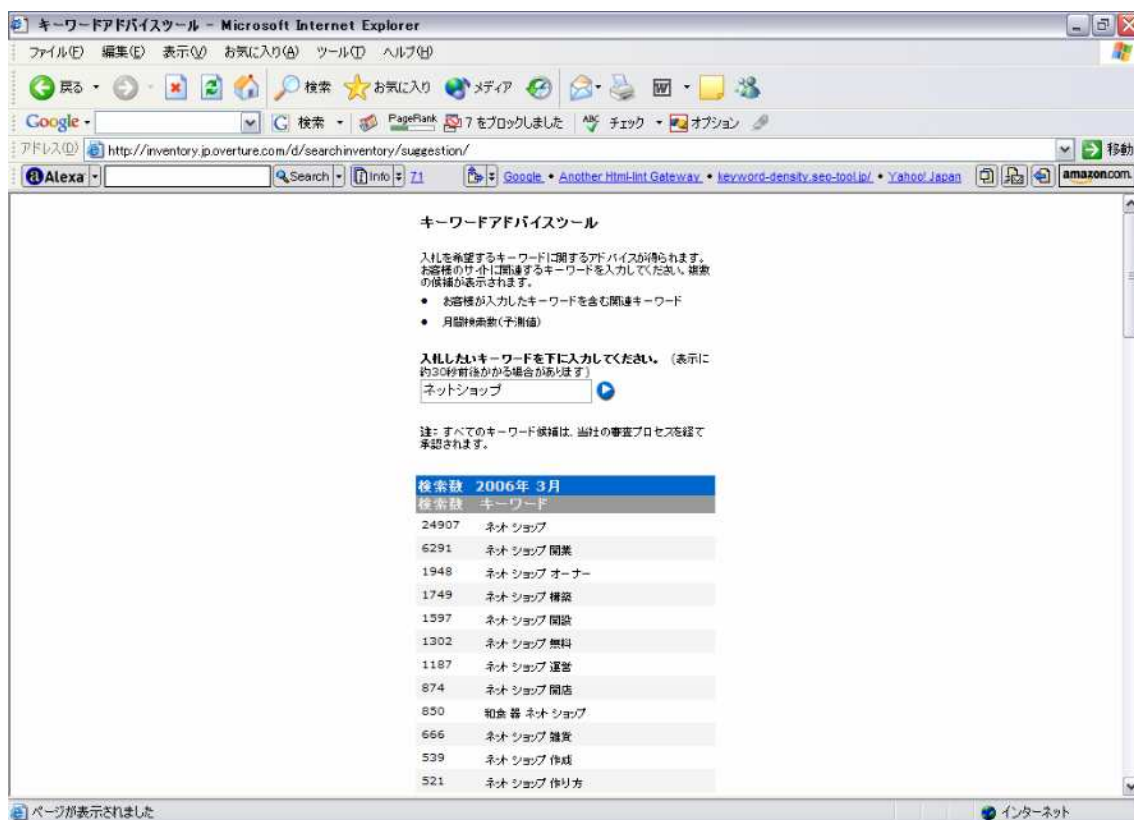
順位がそんなに大事かと思われそうですが、非常に重要です。クリック数は、ひとつ下の順位になると30%下がります。つまり1位がクリック数100だとすると、2位は70、3位は49という具合です。

PPC広告からの購入までは、以下のような流れです。

1. 販売している商品に興味がありそうな人を想定する (ターゲットの選定)。
2. ターゲットとなる人が興味がありそうな検索キーワードを想定する。
想定したキーワードが、どれくらい検索されているかを知る方法があります。それが「キーワードアドバイズツール」です。

<http://inventory.jp.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>

以下は「食器」に関連するキーワードが、月間どのくらいの検索されているかを調査した例です。



キーワードアドバイズツール

入札を希望するキーワードに関するアドバースが得られます。
お客様のサイトに関連するキーワードを入力してください。検索
の候補が表示されます。

- お客様が入力したキーワードを含む関連キーワード
- 月間検索数(予測値)

入札したいキーワードを下に入力してください。(表示に
約30秒前後かかる場合があります)

ネットショップ

注: すべてのキーワード候補は、当社の審査プロセスを経て
承認されます。

検索数	2006年 3月
検索数	キーワード
24907	ネットショップ
6291	ネットショップ 開業
1948	ネットショップ オーナー
1749	ネットショップ 構築
1597	ネットショップ 開設
1302	ネットショップ 無料
1187	ネットショップ 運営
874	ネットショップ 開店
850	和食器 ネットショップ
666	ネットショップ 運営
539	ネットショップ 作成
521	ネットショップ 作り方

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

これを見ると、2006年3月には

19255 食器
15666 食器 棚
12818 和 食器
10683 食器 洗い 機
6847 食器 洗い 乾燥機

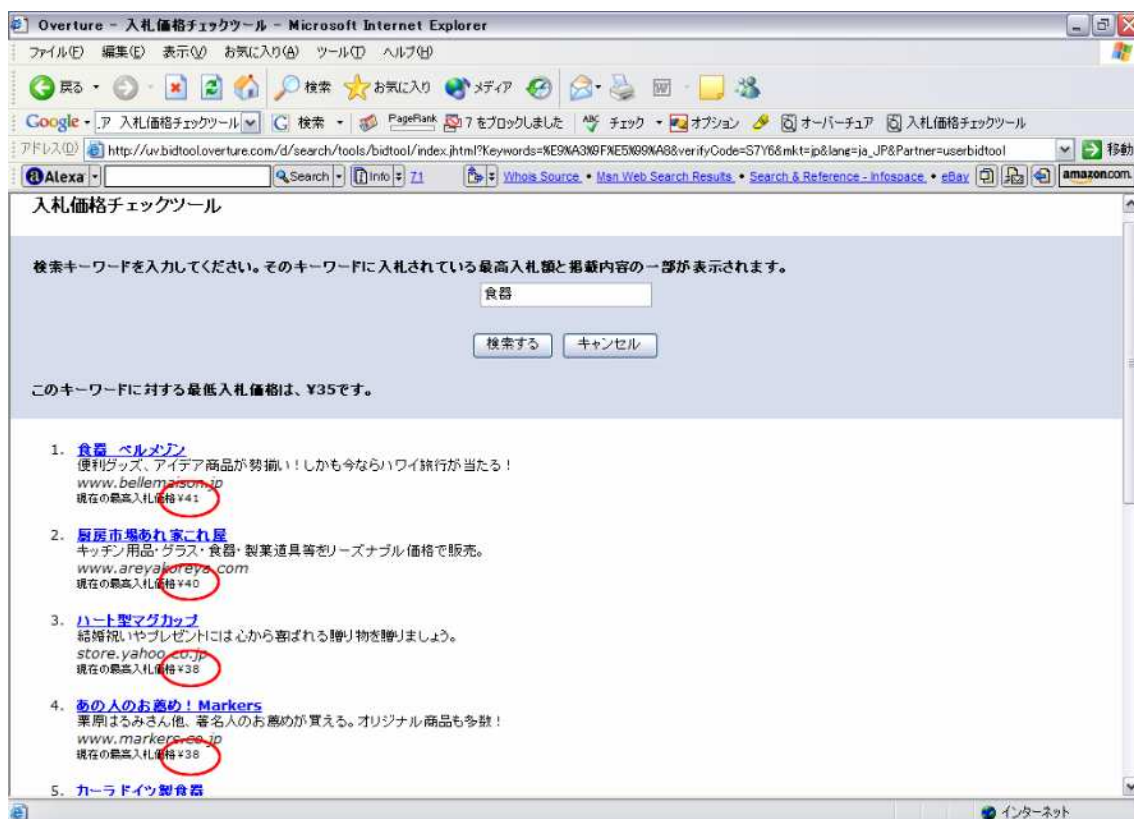
という検索数であることがわかります。そこから、検索キーワードは「食器」だけではなく「食器 棚」や「和 食器」も有効であることがわかります。

3. そのキーワードで上位3位に入るための入札価格を調査する。

<http://uv.bidtool.overture.com/d/search/tools/bidtool/?mkt=jp>

で「入札価格チェックツール」を使用できます。

このツールでは、オーバーチュアでの PPC 広告に限ってですが、あるキーワードの他社の入札価格がわかります。



「食器」で検索した際には、上のイメージで表示された順番に表示されます。もし一番上にあなたのショップの広告を表示させたいのなら、もっとも高い入札価格を設定して

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～
ください。

4. キーワードを作成する。

キーワードと入札価格が決まったのなら、それらを設定します。Google アドワーズの場合には、長くて3時間程度で広告が表示されるようになります。オーバーチュアの場合には、キーワードや広告文章についての審査があります。審査には3日程度かかる場合があります。審査はそれなりに厳しいので、はじめのうちは Google アドワーズが良いでしょう。

5. 調査結果は、ほかの広告手法や、他の広告文との比較に使用する。

広告は、当面はメールマガジンと PPC 広告の2つで十分です。別の言い方をすると、この2つの広告でうまくいかなければ、次のステップである高額の大規模な広告へは進んではいけないということです。

■新時代の非常識セールス

新時代のセールスは「狩猟」から「農耕」への発展にたとえることができます。「今すぐにでも欲しいと思っているお客を連れてくる」から「そのうち欲しいと思っているお客を連れてくる」への発展です。

狩猟型のセールスは辛くて大変です。どのくらいの収穫ができるかがわからず、辛くて苦しい日々を過ごすでしょう。

農耕型のセールスは楽しいものです。過去の統計からどのくらいの収穫が得られるかを予測でき、撒いた種の質と数に見合った収穫が得られます。あなたはこの農耕型のセールスを行なってください。

農耕型のセールスとは、お客を以下の3ステップで育てるセールスです。

① 無料進呈によって、興味がある人のリストを収集する。

売りたい商品に関連する小冊子や商品のサンプルなどを、無料で進呈するという告知をすることで、あなたの商品に興味がありそうな人を集めることができます。告知の方法としてはメールマガジンの発行や、他のメールマガジンへの広告、PPC 広告などがお勧めです。ただし、無料進呈のための広告ですので、資金の状態とよく相談する必要があります。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

郵送でお送りするにしろ、ダウンロードで提供するにしろ、必ずメールアドレスを入力させるような申込ページにしてください。このメールアドレスに対してメールマーケティングをかけていくのです。

② お手ごろ価格の商品を買ってもらい、信頼感を得る。

1円でもお客からお金を引き出したのなら、お客はあなたに少なからず信頼を寄せたということです。0円と1円の差はとても大きいものです。財布の紐をあげさせたのなら「興味があるだけの人」→「お客さま」へと遷移したのです。

小額の商品の値段は一概には言えませんが、1,000円から2,000円が適当でしょう。この金額だと、比較的「払う」という行為に対しては抵抗が少ないのです。

小額の商品とはいえ、売り込みと思われなくようにすることが重要です。あくまでも悩みの解消の一つの手段として買っていただくのです。この小額の商品が値段に見合った質であるか、それ以上の質であれば、③のステップへの遷移は容易でしょう。

③ 目的とする商品を買ってもらう。

ここまで来てやっと本来の商品の売り込みをしてもOKなのです。ただし、目的とする商品を買ってもらったからといって、まだまだ油断は禁物です。少ない予算で大きな利益を得るためにはリピート購入をしてもらう必要があります。新規顧客の獲得コストは、既存客によるリピート購入の倍と言われています。

もし、あなたの商品を3回以上購入してくれたお客がいたのなら、そのお客はあなたのファンになったと思ってかまいません。あなたになら財布の紐を緩めてくれる状態になっています。

■恋愛とセールスの意外な関係

こんな話があります。

ある夫婦がいました。夫が北海道に単身赴任しました。お互いに寂しい夫婦。

夫は妻に毎日速達でラブレターを送りました。来る日も来る日も。寂しい夫婦のせめてもの喜び。

しかし1年後、妻が再婚しました。相手は、夫のラブレターを毎日、来る日も来る日も届けてくれた郵便屋さんでした。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

これは「ザイアンスの法則」を説明した話です。

ザイアンスの法則とは、

- ・ 人は知らない人には攻撃的、批判的、冷淡に対応する。
- ・ 人は合えば合うほど、好意を持つ。
- ・ 人は相手の人間的側面を知ったときに、好意を持つ。

というものです。つまり接触頻度を増やすと親近感が増すということです。これをセールス活動に応用するとどうなるでしょうか？お客は購入したいという欲求を止めることができなくなります。

いままでのセールスではこれを、頻繁な訪問や電話によって行なっていました。しかし訪問や電話というのは相手の都合をまったく考慮せずに行ないますよね。ですからお客は「面倒」と感じるのです。そして、訪問や電話の相手がセールスマンだと知ると接触を拒否したがる。これは正常な心理です。

これを一挙に解決するのがメールによるフォローです。リピート購入してもらうには、定期的なメール配信によるフォローが欠かせません。適切にフォローを行っているショップは成功しています。

定期的なメールは、以下のタイミングで出してください。

- ・注文と同時に、即メールを送る（オートレスポnderというシステムを導入することで可能）。
- ・商品を発送したら、その旨を通知するメールを送る。
- ・到着したところに、到着したかの確認と、「お気づきの点があったら教えてください」というメールを送る。
- ・商品を使用してしばらくしたところに「いかがでしたか？感想をお聞かせください」というメールを送る。

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

■最大の利益創出法「値上げ」

頭を悩ませる問題のひとつに値段の付け方があります。これには3通りあります。

まず、自分ならこの値段で買うという値段を付ける方法です。これは非常に簡単ですし、ほとんどのこの方法で価格決定をしていると思います。しかし・・・最悪の方法といわざるをえません。なぜなら、買うのはあなたではないからです。

値段の付け方の2つ目は、お客に聞いてみるという方法です。アンケートなどで、以下の質問の回答を30通程度収集してください。

「高すぎて、ちょっと買いたくないという価格はいくらですか？」

この回答結果の金額を1.7で割ります。それが、適正価格の下限となります。これ以下では、逆に品質が心配になり、購入をためらうようになります。

次に、回答を1.3で割ります。これが適正価格の上限です。これ以上だと、高すぎて購入意欲が大幅に低下してしまいます。

もし答えが「10,000 円」でしたら、約 5,900 円～約 7,700 円が適正な価格帯といえます。

最後に、さらに適正な価格決定法があります。それは PMS 分析と呼ばれている価格調査法です。これは、以下の4つの質問のアンケートを収集します。

- ・あなたは、この商品が幾らくらいから『高い』と感じ始めますか
- ・あなたは、この商品が幾らくらいから『安い』と感じ始めますか
- ・あなたは、この商品が幾らくらいから『高すぎて買えない』と感じ始めますか
- ・あなたは、この商品が幾らくらいから『安すぎて品質に問題があるのではないか』と感じ始めますか

これについては、紙面の都合上、別の無料マニュアルで解説していますので、ぜひそちらをご覧ください。

→ <http://www.1st-biz.net/>

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

このように、価格は単純にして最大利益を生む戦略なのです。ショップのデザインに凝るよりも、こういった戦略的なところに知恵を絞りましょう。

以上でこの具体的な実践テクニックについては終わりです。第3章でも書きましたが、あなたには私と同じ過ちをしていただきたくないという思いから、私が実践して成功した方法について書きました。

ぜひこのマニュアルを活用して、成功へのステップを進んでほしいと思います。

第6章 失敗しない、黒字体質の ネットショップ道具選び

さてここまでの章では、どうやったらあなたのネットショップが儲かるかを非常に具体的に説明してきました。

ただし、もうひとつあなたにお伝えしなければならないことがあります。それは道具選びです。

どんなに知識を身に付けても、それを生かすことができない環境ではまったく意味がありません。

■ ホームページ作成ソフト

これは必須ではありません。しかしホームページ作成が非常に楽になります。カッコいいホームページは不要なので、メモ帳などのテキストエディタでも十分です。「できれば」という程度です。

■ レンタルサーバ

レンタルといっても、実際にあなたの家に、サーバ（コンピュータ）がくるわけではありません。インターネット上のホームページスペースを借りるというものです。ショッピングカートを導入するために「CGI」という、プログラムが動作する仕組みがあるものいいでしょう。

■ ショッピングカート

これも絶対に必要というわけではありません。しかし、商品の種類によっては非常に役立ちます。どのような種類かといいますと、一度に複数の商品を購入してもらいたい場合です。なぜかといいますと複数商品の場合、合計金額を自動計算し、お客様に提示する必要があるからです。

■ オートレスポnder

成功しているショップは、必ずといっていいほど導入しています。これは、注文や問い合わせをした直後に、お客様に「ご注文ありがとうございました」というようなメールを、自動的に送るというものです。

■ アクセス解析

これも成功するショップは導入しています。あなたのショップに、どこから

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

訪問してきたのか？検索エンジンからの訪問の場合には、どのような検索キーワードを指定したのかなどがわかります。これにより、効果的な SEO 対策を行うことができます。

■ 販売管理、顧客管理ソフト

ある程度軌道に乗ってくると、絶対に欲しくなるでしょう。いったい今月はどのくらいの利益がでたのか、どのお客様が優良顧客なのかがひとめでわかるものいいでしょう。

ちなみに、当委員会では「ショッピングカート」「オートレスポnder」「販売管理」「顧客管理」を独自で導入できる、ネットショップ開業キットを販売しております。

→ <http://www.1st-biz.net/>

なぜネットショップのほとんどが、**悲惨な大赤字**を体験するのか？

～ 小資金で短期間に軌道にのせる、ネットショップ成功術 ～

おわりに

いかがでしたでしょうか。ご不明な点がございましたら、ご遠慮なく当委員会までご連絡ください。→ admin@1st-biz.net

このマニュアルは必ず何度も目を通してください。そして必ず第一歩を踏み出してください。人生において、一歩目がもっとも難しいのです。それは人間は変化を恐れる生き物だからです。しかし、幸せな人生を歩むには、どんなに怖くてもとりあえずは第一歩目を踏み出さなければならないのです。そうすると信じられないほど簡単に二歩目、三歩目がでてくるでしょう。

では、成功を祈っています。