

EC実践 入門

ECと販売戦略の関係と
BtoC、BtoBの現状

本日の講義内容

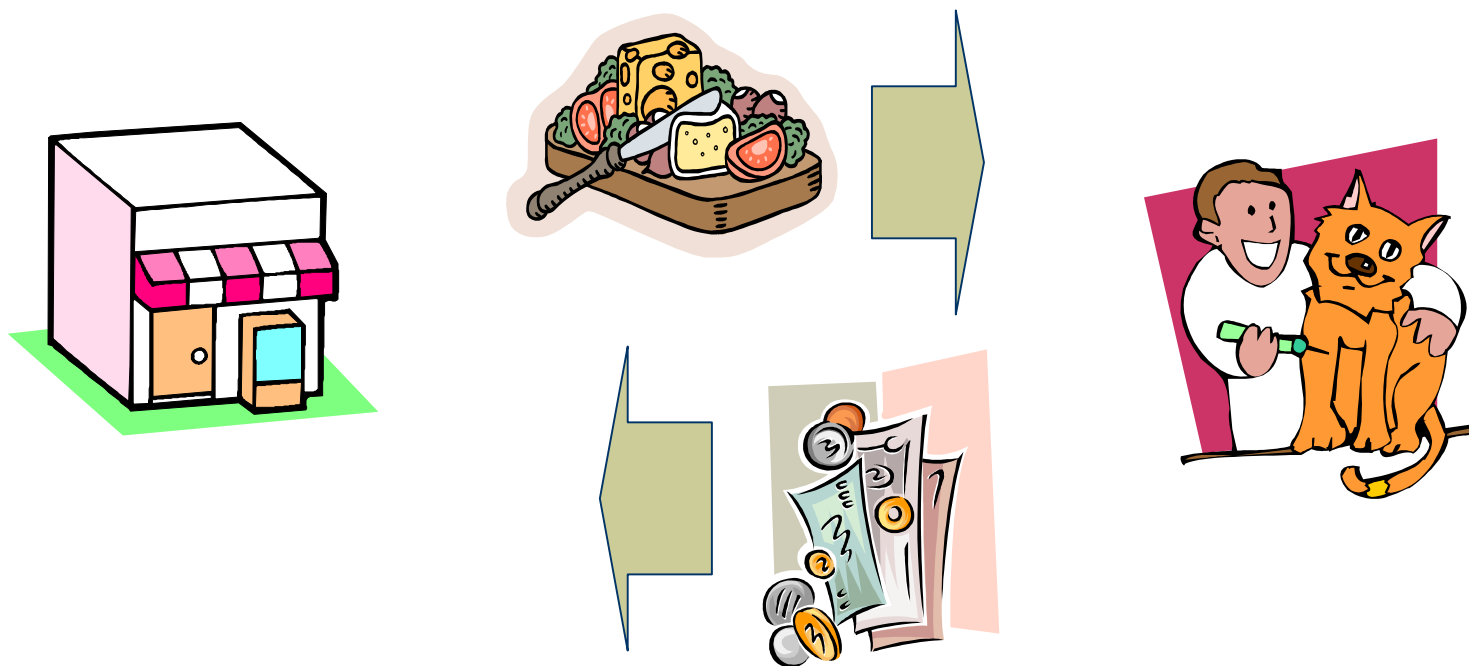
- ◆ EC、販売戦略とインターネットに関する講義
- ◆ ホームページ検索による情報収集体験
 - 検索エンジンの利用
 - インターネット通販ページの閲覧
- ◆ 電子メール体験
 - 注意事項の説明
 - メールの送受信体験

ECって何！？

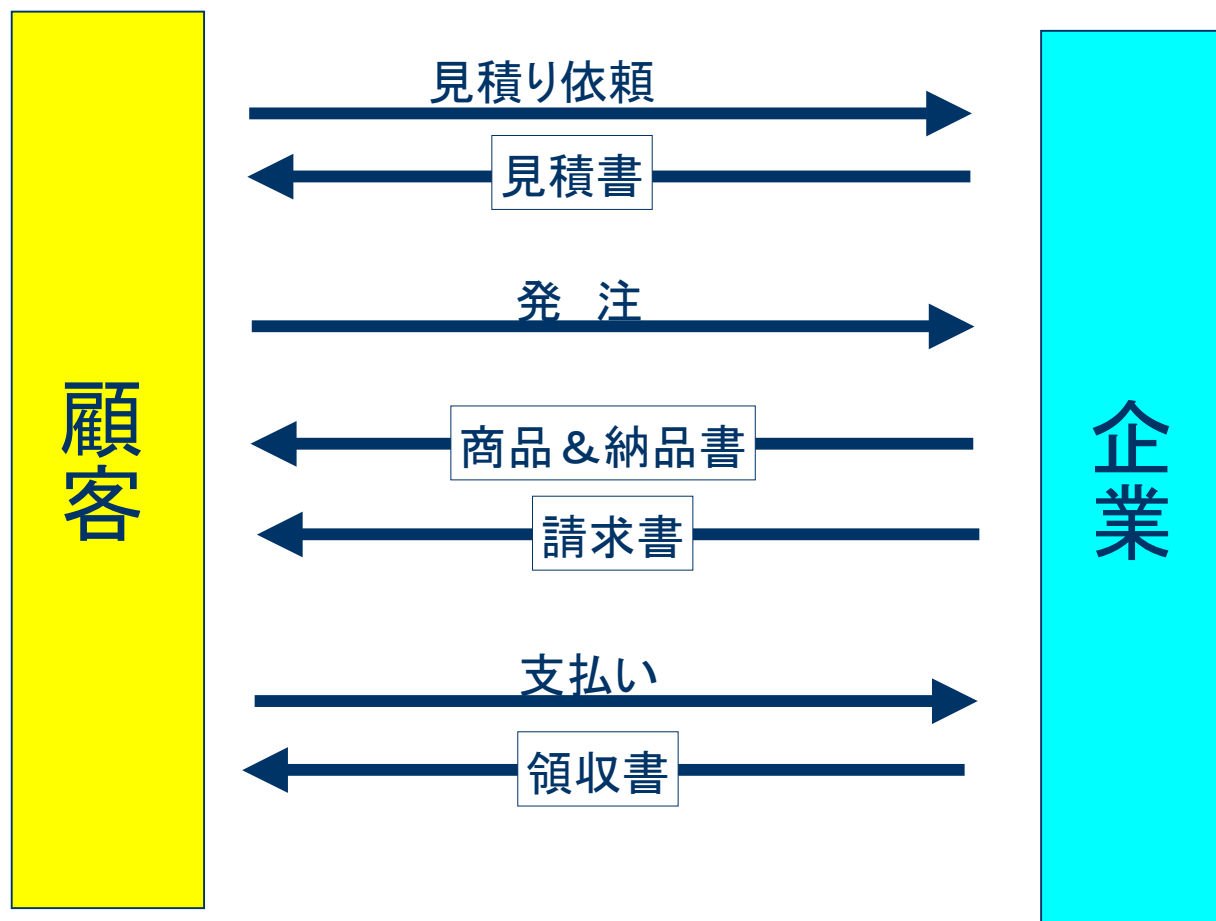
- ◆ EC = Electric Commerce = 電子商取引
- ◆ 商取引 3つの流れ
 - 物流 = 物(商品、製品)の流れ
 - 商流 = 書類(帳簿、伝票)の流れ
 - 金流 = 決済(お金)の流れ
- ◆ 3つの「流れ」を電子化すること(全てでなくてよい)

通常の商取引って？

- ◆ 商品・サービスを提供し、その対価として金銭を得る



商取引の例



商流の電子化

- ◆ 書類の電子化
 - 電子伝票
 - EOS(電子発注システム)
 - POS(Point Of Sales) 等

金流の電子化

- ◆ 電子マネー
- ◆ ネット銀行
- ◆ クレジットカード・デビットカード

物流の電子化

- ◆ ソフトの配信
 - ゲームソフト
 - 音楽ソフト
 - インターネットラジオ
 - 画像ソフト(将来)

インターネットの特徴(1)

- ◆ 世界中のコンピュータがつながっている
- ◆ 瞬時に情報が流れ、かつ、雑多な情報が存在する
- ◆ 簡単な設備(パソコン)、安価で接続できる
- ◆ 簡単な操作で利用できる

インターネットの特徴(2)

- ◆ 地理的制約からの解放
 - 設備はPC1台＋電話
 - 店舗を構える必要なし
- ◆ 時間的制約からの解放
 - 24時間いつでも利用可能
- ◆ 固定費削減
 - 従業員が不要

インターネットと ホームページの関係

- ◆ 広告・販促のツールとして
- ◆ 販売チャネルの1つとして
- ◆ コミュニケーションのツールとして

広告・販促ツールとしてのインターネット

- ◆ 事業・商品・店舗などの紹介



- ◆ パンフレット・チラシの代替手段
- ◆ 来店促進ツールの1つ

販売チャネルとしての インターネット

- ◆ 無店舗販売
 - PC1台＋電話で可能
- ◆ 対象顧客は全国（全世界）
- ◆ 通信販売業と同じような形態

コミュニケーションツールとしてのインターネット

- ◆ 双方向媒体
 - 電子メール
 - メーリングリスト
 - 電子掲示板
- ◆ 匿名性
 - 対面では得られない情報の獲得
- ◆ 文字だけのコミュニケーション
 - ニュアンスをどう伝えられるか

何故ホームページを作るのか

- ◆ 積極的理由
 - 新規事業展開
 - 新規チャネルの開拓
 - 新規メディアとして
- ◆ 消極的理由
 - 同業他社がもうやっている
 - 親会社・関連会社からの要求
 - ブーム・トレンドだから

ホームページ戦略のステップ

- (1) 存在を知ってもらう
- (2) 見てもらう
- (3) 利用してもらう

知ってもらうための方策(1)

◆ 地元対象の場合

- 店内にホームページ開設のPOPを掲示する
- 包装紙、封筒にURLを印刷する
- チラシ、パンフレットなどにURLを印刷する
- 顧客に対してホームページの話をする



地道な努力が必要

知ってもらおうための方策(2)

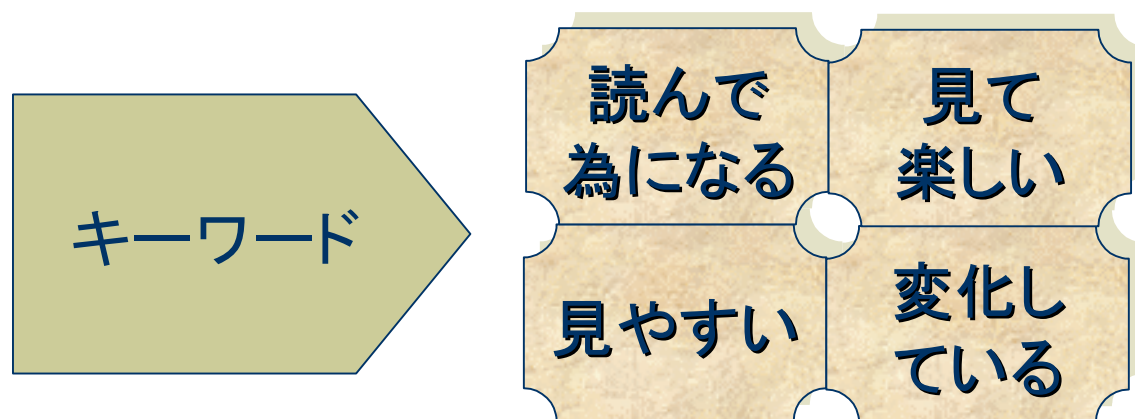
- ◆ 全国対象の場合
 - 検索エンジンへの登録
 - Yahoo, Lycos, goo・・・
 - 相互リンクの利用
 - 行政、商工会などのホームページからのリンク
 - バーチャルモールへの参加
 - 楽天市場、逸品.com 等
- ◆ 全世界対象の場合は？？？

相互リンクの有効活用


- ◆ リンクはWWWの特徴の1つ
 - リンクを辿っていくことで様々なサイト(webページ)を渡り歩くことが可能
 - 自分のwebページと他人のwebページの境目が見えない
- ◆ 「ネットサーフィン」
- ◆ リンクは双方向
 - リンクを張るときには許可を得るのがエチケット

見てもらうための方策

- ◆ 一度は知ってもらえば見てもらえる
- ◆ 2回目以降、どうやったら見てもらえるか



2回目以降見てもらうには

- ◆ プレゼンテーション手法を理解する
- ◆ パンフレットをイメージしてみる
 - 面白いと感じれば何度も読み返す
 -  興味がないければそのままゴミ箱に
- ◆ 内容と表現方法

読んで為になるとは

- ◆ 必要としている情報が記載されていること
 - 商品・製品に関する情報
 - FAQ (Frequently Asked Question)
 - 商品・製品の応用技術、利用例
 - 経営者・従業員からの熱い思い入れ
 - 失敗談・成功例
 - 他ユーザからの感想、意見

情報は生もの

- ◆ 最新情報がある
- ◆ 過去の情報がきちんと検索できる
- ◆ 更新されていない＝死んだ情報
 - 利用価値がない
 - 3回目は見に来てくれない