

# 宣伝会議

特別1日講座

# メーカーのための EC講座

こんなニーズをお持ちの皆様へ

- ・ ネットモールなどがある中、メーカーがどのように EC に取り組むべきか知りたい
- ・ 顧客との接点を作りたいが、何から始めたら良いのかわからない
- ・ EC 事業を始めたが販売に慣れていないため、成果が上がっていない
- ・ モバイルを活用した EC の事例を知りたい

メーカーが直販EC(ネット通販)に  
取り組む意味を探る

- ・ 実店舗以外で売上の柱を作る。
- ・ 顧客との接点を作る
- ・ オリジナル商品開発やマーケティングに活かす

**[東京教室] 2009年11月26日(木) 開催**

このセミナーは『販促会議』編集部が日々の取材活動、読者からの声をもとにテーマ、カリキュラム、講師を企画・選定したものです。

ひとをつくる“会議”  
宣伝会議

成長を続ける  
EC市場において、今、  
ノウハウを蓄積することが、  
将来の成功に  
つながります。

## 開講の背景

今、企業にとって EC 事業に参入することは大きなチャンスです。

08 年度の通信販売売り上げは 4 兆 1400 億円と、10 年連続で過去最高売り上げを記録しました。躍進の立役者は言うまでもなく、インターネット通販です。

ネット上での販売においては、販売者の顔や商品を実際に見ることができないため、購入時との不安を取り除くことが大きな課題です。すでに商品の認知度と信頼度があるメーカーにとっては、その不安を取り除くことができるため大きなアドバンテージがあります。また、同時に顧客と直接コミュニケーションをとれる場として、商品開発、テストマーケティング、プロモーションにも活用できます。

しかし、リアルな流通小売大手が持つネットスーパーや、5000 万人以上の会員を持つネットモールなどがある中で、何のために、またどのように EC 事業を行うかを迷われている方が少なくありません。また、「販売」ということに慣れていないため、成果の上がない販売サイトを開設してしまっていることも多く見受けられます。そこで宣伝会議ではメーカーがより有効な販売サイトを立ち上げ、運用していくためのノウハウを学ぶ「メーカーのための EC 講座」を開講いたします。



# 本講座で学ぶこと

## ①業種・業界ごとにECとの相性を学ぶ

流通、小売、卸、販売代理店、自社の営業との関係の中で、自社で何ができるかを踏まえ、EC に取り組む目的を定めます。定めた目的から、さらに自社で扱う商品とのマッチングを図ります。

EC戦略ファクター	業種					
	飲料・フード	美容・健康	アパレル／ファッション	家電・デジタル	生活／コモディティ	余暇サービス
顧客プール/顧客データ取得/分析	◎					
リアルとの併売によるLTV向上		○	◎	○	○	
既存客ロイヤリティ向上/リテンション	○	○	○	○	○	○
他チャネル補完/棲み分け	◎	○		◎		
シーズナル販促の最適化	○		○			◎
クロスセル/アップセル			○	○		○
新商品開発マーケティング	○	○		○	○	
新ターゲットの掘り起こし/新規客獲得			◎	◎	○	○
通販専用商材/新市場開拓	○	◎		○	◎	◎
オンライン口コミ醸成	◎	○				
営業&販促コスト削減		◎				○

## ②商品・ブランド特性とEC戦略上のファクターを掛け合わせその評価指標を定める方法を学ぶ

①で見出した戦略と扱う商品のマッチングから評価指標と優先順位をつけ、効果測定につなげる方法を学びます。

### 直販の適合性チェック

貴社商品は？	リピート型か？
	カテゴリ購入頻度/年間購入額は？
	多品目型か単品型か？
	パワーアイテム/ヒットアイテムがあるか？
	価格競争力は？価格コントロールは？
	ブランド認知度/浸透度は？
	他チャネル展開コンフリクトは？
	比較購買性向は？スイッチ性向は？
	顧客リテラシー/成熟度は？
	シーズントリガー/モチベーショントリガーは？
	関連検索ワードボリュームは？
	話題相関度は？

EC戦略ファクターの設定

### ECの主要KPI

KPIの優先度設定	訪問数
	リピート率
	CVR
	客単価
	導線長
	併買率
	LTV
	定着期間
	購入頻度

## ③PCとは違うアプローチが必要なモバイルコマースの最前線を学ぶ

モバイルにおける EC において、成果を出している企業事例をひもとき、その成功の秘訣を探ります。また、PC とは購買層や購入されやすい物が異なるため、その違いを理解し、モバイルで成果を出すためのノウハウを学びます。

モバイルコマース成功のカギ	・ PCとモバイルのマーケットの差異を理解する
	・ メーカーのモバイル参入状況を把握する
	・ モバイルサイトの立ち上げ方を知る
	・ モバイルサイトの費用対効果を理解する
	・ 一般（勝手）サイトと公式サイトの違いを理解する
	・ 売り上げが上がるモバイルコマースの手法を知る

# カリキュラム

時間	テーマ	講義内容
第1部 10:00 ~ 12:00	通販業界の現状とこれから 参入するにあたって 留意すべきこと	ECに取り組むための理想的な社内体制/EC上でのユーザーとのコミュニケーション作法/リアル店舗との違い/ネットモールやネットスーパーがある中、どう生き残るか/ネット通販の衝動買いの原理
第2部 13:00 ~ 14:30	メーカーがECで直販に 取り組む意味とメリット	集客の仕方/購買率アップのためのPDCAサイクルのまわし方/事業の目的・売り上げかCRMか/ECに向いている商品とは/リアル店舗との違い・どう差をつけるか/リピーター獲得のための施策
第3部 14:45 ~ 15:45	ケーススタディ	ECにおける口コミの活用/コミュニティサイトの活用/レビューの重要性/ユーザーに合わせたコンテンツを提供する/これだけはやってはいけない、クレームにつながるポイント
第4部 16:00 ~ 17:30	モバイルコマース最新事例	モバイルコマースに投資すべき費用/PCと比べたユーザー層とマーケットの違い/モバイルで失敗しないための条件

※上記時間には休憩時間が含まれています。

## 講座概要

- 開催日：2009年11月26日(木)
- 時間：10:00~17:30
- 定員：40名
- 会場：表参道(東京・南青山)
- 受講料：68,000円(税込)
- 受講対象者：メーカーの宣伝部、販促部、web事業部など現在、あるいはこれからEC事業に取り組む方

※日程・カリキュラム・講師は都合により変更となる場合がございます。

## 講師



**柿尾正之氏**  
社団法人日本通信販売協会  
理事

マーケティング会社にて流通・外食産業等のリサーチ・コンサルティング業務に従事。1986年、社団法人日本通信販売協会(所管:経済産業省)に入局。おもに調査、研修業務を担当。主任研究員、主幹研究員を経て、現在、理事・主幹研究員。日本ダイレクトマーケティング学会理事。早稲田大学大学院客員教授。



**飯野勝弘氏**  
株式会社モバイルコマース  
代表取締役

1967年生まれ。1990年日本IBM株式会社入社。法人営業部を経て、食品メーカーにて通販部統括責任者として従事。2000年株式会社エムティーアイにてモバイルコンテンツを担当、約500サイトのコンテンツ立ち上げ、運営に従事、キャリア公式サイトなどのカテゴリに新規サイトを投入、会員ゼロから100万人サイトまでの企画、開発、運営を経験。モバイルコンテンツ部長 執行役員を経て退職。2004年(株)モバイルコマースを起業。起業後は数社のIT系役員を兼任しながら、大手法人企業の携帯サイト構築サポートを行っている。企画、開発、運営、コンサルティング、広告まで、日々モバイル全般の相談にのる。モバイル業界歴9年目。通販新聞社「月刊 ネット販売」紙面連載5年目。各種モバイルコマースセミナー開催。



**樋口進氏**  
株式会社シンクエーエージェント  
代表取締役

住友ビジネスコンサルティング株式会社(現日本総合研究所)にて、主に小売業(チェーンストア)の業態開発及びビジネス戦略、消費財メーカーのマーケティング戦略、カードビジネス戦略、大手製造業の新規事業開発戦略、商品開発コンサルティングなどを経験の後に独立。その後、フリーのビジネスコンサルタントとして、広く小売業・製造小売の経営戦略、商品開発支援、売場開発に携わる。1994年にチェーンストア企業の商品企画支援システムの開発をプロデュースして以降、本格的にITプロデュース分野を手がけるようになる。1997年前後より、インターネット&イントラネットビジネスにも参入。国内大手SIPS企業、Webインテグレーション企業の実務を経て、2007年に株式会社シンクエーエージェントを設立、代表取締役に就任。リアルビジネス、リアルチャネルとオンラインメディアを横断する統合戦略立案と実務に根差したコンサルティングを真骨頂とする。

# メーカーのための EC講座 受講申込書

2009年 東京教室

## 講座概要

- 開催日: 11月26日(木) 10:00~17:30 ●定員: 40名
- 受講料: 68,000円(税込) ●会場: 表参道(東京・南青山)
- 受講対象者: メーカーの宣伝部、販促部、web事業部など現在、あるいはこれからEC事業に取り組む方

必要事項をご記入の上ご持参頂くか、FAXにてお送りください。

# FAX 03-6418-3336

氏名	フリガナ	生年月日・年齢	性別
		19__年__月__日生まれ 開講日に満__歳	男・女
Eメールアドレス	@ [0(ゼロ)]か[O(オー)]か[-(ハイフン)]か[_(アンダーバー)]かなど、間違いやすい点をご指示ください		
勤務先名	フリガナ	所属部署・課名	役職
企業派遣責任者の 氏名・役職	フリガナ	所属部署	役職
	氏名		
Eメールアドレス (お申込書到着のご連絡をいたします)	@ [0(ゼロ)]か[O(オー)]か[-(ハイフン)]か[_(アンダーバー)]かなど、間違いやすい点をご指示ください		
勤務先住所	フリガナ		
	電話	FAX	
自宅住所 (企業派遣の方は 必須ではございません)	フリガナ		
	自宅電話	携帯電話	
雑誌の送付先(いずれかに○印)	1. 勤務先		2. 自宅
希望連絡先(いずれかに○印)	1. 勤務先	2. 自宅	参加形態(いずれかに○印) 1. 企業派遣(請求書を発行します) 2. 個人参加
お支払い方法(いずれかに○印) [個人参加の方] ※変更はできません	1. 銀行振込 2. 教育ローン(Webでのお手続きになりますのでPCメールアドレスを必ずご記入ください) 3. クレジットカード		
過去の当社主催の講座受講歴 (ある場合のみ記入)	講座名 _____ / _____ 年 _____ 月開講 教室名 _____		
今後、宣伝会議からの各種サービスの送付を <input type="checkbox"/> 希望する <input type="checkbox"/> 希望しない <input type="checkbox"/> すでに届いている			

※いったん納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由でも払い戻しや次期への振替はできません。  
 ※受講は申込者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。  
 ※他の受講生に対する営業行為、勧誘行為を目的とした受講、その他講座運営の支障をきたすことが予想される場合、お申込をお断りすることがあります。ご了承ください。  
 ※天候不順によるアクシデントや講師の都合により、直前に日程変更になる場合がございます。その際、交通費の保証はできませんのでご了承ください。  
 本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、宣伝会議からダイレクトメールなどの方法で出版物や講座のご案内等をお送りするために利用しその管理責任者は宣伝会議とします。

お申込お問い合わせ 株式会社宣伝会議 メーカーのための EC講座事務局  
 〒107-8550 東京都港区南青山5-2-1 NBFアライアンスビル4F TEL 03-6418-3330 FAX 03-6418-3336  
<http://www.sendenkaigi.com> E-mail [e-com@sendenkaigi.co.jp](mailto:e-com@sendenkaigi.co.jp)

〈事務欄〉	請求書発行	/	申込後資料	/	受講料締切	/	開講案内	/	PRM	/	請求データ	/
	受講料受領	現	/	J	/	ク	/	備考				