

## 23.5 号外 広告や販促に関して その1

本日は弊社のサービスをご利用された弊社とつながりのある店舗様が、実際に広告を買ってみたい、EC コンサルタントにお金を支払ってみて、効果がどうだったか？という事をお話し下さったものを紹介していきたいと思います。正確な結果に関しては、皆様なかなか口ごもり、あまり語ろうとしないので、ほんの数店のご紹介となりますが、非常に貴重な内容だと思います。

まず、広告についてですが、広告はあくまで、来店していただくための「起爆剤」となります。そのため、キャンペーンなどの広告の効果を発揮するためには

- ・TOP ページをしっかりと作る
- ・商品ページをしっかりと作りこむ
- ・利用しやすい価格帯の商品の在庫を1週間分は確保する
- ・1日に100件以上の注文に耐えられる品揃え・人員を用意する

という事が必要となってきます。つまり、広告の効果を発揮するためには、用意・準備が非常に大切となります。

広告の種類にもよりますが、そのような説明が無く単純に「広告を買えば売り上げが上がる」としか言わないコンサルタントさんや業者は信用できないものと思ってください。必ず、戦略や準備が必要となりますので、その説明が無い場合は、その担当者に広告に関しての知識や経験が無い可能性が高くなります。

弊社は、コンサルタント業は行っておりませんが、皆様から収集した情報から、次のようなことを分析しております。

※次の内容は楽天内における広告等を買われた実体験からの情報をもとに書かれております。店舗により扱う商材・単価が違うため、結果は異なりますが、事実として述べられたものから構成されております。

● 広告費は「売り上げ目標の1/10をかけると良い。」と言われているが、実体験からすると広告費の10倍は売れず、効果のほどは広告費の3～4倍が良いところ。

## 23.5 号外 広告や販促に関して その1

●通常広告は買えばそれなりに「やっぱり集客はできる」と体感できるが、結果が微妙なため、そこから結果に繋がって次も絶対に買おう！となるのは稀。

●リスティング広告に関しては、あまり効果が無いと皆一様に口をそろえて言う。

●通常広告は、ブランディング効果狙いといったところで、5万円の広告を毎月買い続けて、お店の知名度を上げるための「宣伝」という感じで、赤字がすぐに黒字になるような効果を体感できない。

●通常広告は「じわじわ売れた気がする。」という答えが多く、これさえ買っておけば・・・というほどの体感は無いです。多くの店舗が、継続して買おうとは思わず、単発購入で辞めている。

●イベント・キャンペーン広告は「一気に売れた」「人がたくさん来た」という答えが多い。

●イベントごとに広告費用が、同じサイズであっても違いがあり、人気イベントだと100万円～の広告を買わないと意味がない。無理に参入しようとして、そこそこのモノを20万円や50万円で買うようなら、他のイベント時期にその資金を投入したほうが結果が良い場合がある。

※人気イベントの順位等については次回 ご紹介いたします。

## 23.5 号外 広告や販促に関して その1

ここからは実例です。

種類：「ニューショップ」の広告

費用：月に10万円

時期：7月オープンから毎月（5ヶ月ほど買った）

効果：半年で月の訪問数が7000人になっている

その他：現在60万円/月の売り上げで、100万円を目指している

種類：「あるイベント」の広告

費用：50万円

時期：8月

効果：売り上げ20万円の大赤字

その他：楽天のコンサルタントに言われるがままに買ってみたらこの結果となったので、その担当と決裂中。

種類：「あるイベント」の広告

費用：100万円

時期：5月

効果：200万円の売り上げ

その他：弊社に相談されて、その時期までに戦略的に店舗及び、商品ページを作り上げ、実際のイベント時期にさばけるだけの人員・在庫数もしっかりと準備されていました。

種類：「通常」の広告

費用：毎月5万円

時期：半年継続

効果：訪問者数は増えた気がするが、売り上げは微妙に上がった感じで、効果はあまり感じなかった

その他：次も買いますか？と尋ねたところ「しばらく買わない」との返答。

## 23.5 号外 広告や販促に関して その1

種類：「外部の EC コンサルタント」に店舗改善を依頼

費用：100 万円

時期：1 月

効果：全くと言っていいほど効果が無かった

その他：満足感や納得はしたが、金銭的に何のプラスにもならなかった。

結果に青ざめて「何とかしてほしい」と弊社にご相談いただいた時点で、店舗が全く出来上がっていなく、主力商品がすぐに売り切れとなる状態で、他商品は全く売れていなかった。EC コンサルタントからは、ダメなところの指摘は受けたが、改善提案はほとんど出てこなかった。

種類：「通常」の広告

費用：2～3 万円

時期：7 月

効果：ちょっと売れた。どっと人が訪れたわけでは無い。

その他：広告を買った次の月からも、継続的に売れている。リピーターが増えた気がする。金銭的には、以前よりはプラスになっていると思う。

種類：「イベント」の広告

費用：10 万円

時期：6 月

効果：たしかに売れた。大儲けというわけではないが、いつもより売れた。

その他：

～広告を買う際に気を付けたいポイント～

様々な店舗から寄せられた情報からの助言ですが、自店の単価と広告代金のバランスが非常に大切で、商品の単価が数百円の店舗では、広告にかけられる金額はおおよそで決まってきます。一商品で 500 円の儲けの場合、一日 50 商品売れて 1 週間継続したとしても 17 万円強です。この辺りを基本的な考え方として、「このイベントなら、この場所の、この大きさの広告が〇〇万円なら採算があいそうだ。」というように考えてみてください。広告の金額や過去の例を知りたい場合には、楽天の担当コンサルタントに相談するようにしてください。確認せずに代行業者のようなところに相談するとボッタクられる場合がありますので、ご注意ください。