D

インターネットを活用した商品販売演習

目玉

・限定品
・体験権

自分の予算に応じて、好みの商品を選択できる。

商品テーマ

水産品（限定なし）ギフト

購買ストーリー

どんなお客さんが買うのか？

性別、年齢層、職業、収入、ライフスタイル、住んでいる地域

男女 30才～

①地元
②全国

どんな動機で、どんな状況で買うのか？・・・購買動機

どんなときに欲しくなる商品か、どんなショップで買いたいか・・・

歳暮 中元 お祝

その購買動機を我が社はどのようにつかまえるのか？

商品の特長、納期、付帯サービス、ブランド戦略

- 季節毎の旬なもの
- 価格の選択可
- 商品がない時期は体験型

4つのPのアイデア（商品<プロダクト>、価格<プライス>、販路<プレース>、広告宣伝<プロモーション>）

商品・価格

・クレーム
→リピーター

（商品の特長、品揃、納期、鮮度管理、アフターフォロー、問い合せ対応・・・）

Ex) 3,000円, 5,000円, 10,000円 〜

・（旬なもの ＋ 加工品
＋ 体験権

数ある商品の中から

・自分の好きな商品を選択できる。（3,000円
5,000円
10,000円
）

（アフターフォロー）

・ポイント →（商品プレゼント
or
割引　選択できる。

（注文 → コールセンター
問い合せ、クレーム → 自社

販売チャネル

（ＥＣサイト４モデル類型<指名買い・単品リピート・専門モール・総合モール>
リアル店舗との連携・・・）

・動画（製品のできるまでの過程、生産者が分かる様な画、ブログ、文章）

・見やすいサイトづくり（加工品、魚貝…カテゴリー別、）
季節別、価格別。

広告方法

（集客対策：ネット広告<バナー・メルマガ・>、チラシ、ＤＭ、放送メディア・・・）

・ネット HP、
（Yahoo、楽天…等で広告）

・