

販売方法を考える

©すえなみ起業&経営スクール2025

大きく分けて二つの段階がある。

事業を作るにあたって大切なのは、最適な販売方法を作ること。

売上を伸ばすために新しい人との出会いに注力するのは危険。

新しい世界を知らせる
(新規)

販売方法（既存）

販売方法を考えるにあたって大事なのは、自分の商品を買う人にとって最適な購入方法を考えること。

・購入頻度、購入のきっかけ、購入手順など商品と相手の性質に合わせる。

問い：あなたの商品は、誰がいつ必要とするのか？

問い：あなたの商品の購入頻度は？毎日、週一、年一、人生に一度

問い：あなたの商品は、どんな風に情報を得て、どうやって買うのが最適だと思いますか？文化慣習、風潮も踏まえて。次ページの購入手順を参考に。

1. まずは広く一般的な商品として問いに答えてみる。例：米を一般家庭向け
2. この時点でスッキリしたのならそれで終わり。
3. この商品は、誰に使って欲しいのか、誰が一番喜ばせたいのか、誰のために提供するのかで範囲を絞って問いに答えてみる。例：ご近所の人、知り合い、高齢者、外出し辛い人など。

購入手順

©すえなみ起業&経営スクール2025

新しい世界を知らせる

販売方法

- ・偶然★
- ・口コミ
- ・物語
- ・興味、関心
- ・好奇心

後払い

必要な時が来る

商品一覧、最新
情報を得る

注文

受け取り

請求

支払い

先払い

必要な時が来る

商品一覧、最新
情報を得る

注文

請求

支払い

受け取り

→ 検索

- ・自分で調べる
- ・知る機会を作る
- ・問いを持つ

- 探している人が発見
する機会を増やす
- ・各種広告★

→ 広告★

- ・店舗：お店自体で広く一般に商品、最新情報を知らせる。
- ・広告チラシ：広く一般に商品、最新情報を知らせる。
- ・SNS、動画配信：広告チラシと同じ。
- ・随時注文：Amazonなど、自分で調べて必要な時に注文する。
- ・ホームページ：随時注文と同じ。

→ 受動★

ダイレクトレスポンスマーケティング
・有料一行広告→LP(特典)→メールリス
スト取得→情報発信→購入

信用できる顧客だけ★

- ・定期カタログ発送：常に手元に最新情報がある。
- ・購入商品別メーリングリスト、アプリ、公式LINE：定期カタログ発送と同じ。
- ・定期訪問：必要なタイミングで訪問し最新情報を伝える。同時に受注もできる。
- ・郵便、電話、口伝え、お店で直接マル秘情報

全自動

- ・定期販売：自動的に送られてくる。すべての手間を省いている。

同じ手段でも違う意図として使えるので、表面的な手段だけを見ているでは最適な販売方法を作ることはいできない。