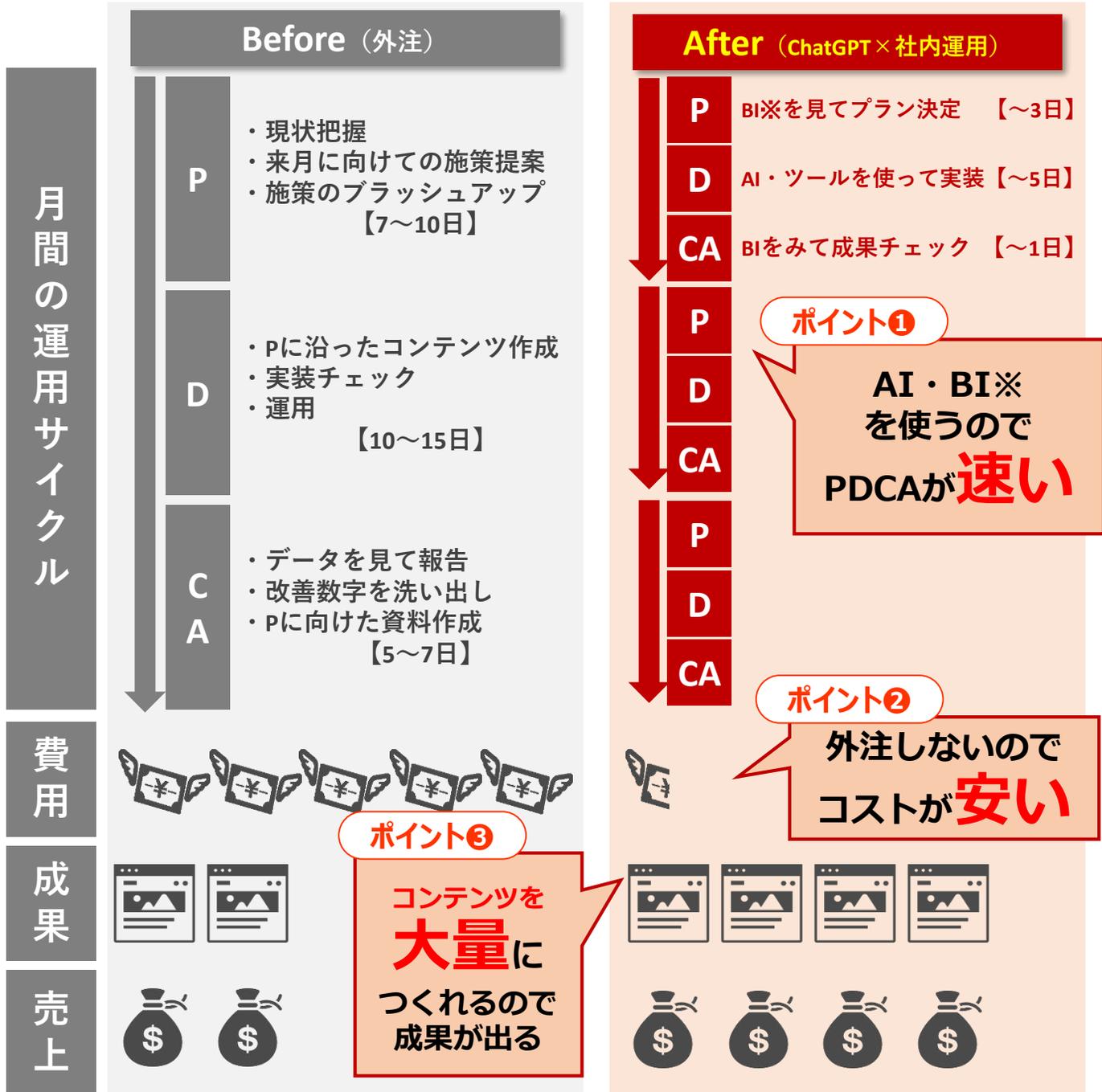


ChatGPT × 社内運用で

自社ECはコスト1/10で 成果2倍にしませんか？

2023年、テクノロジーの進化により、多くのノウハウが均一化。さまざまな活用手法ができております。本セミナーでは汎用型AIを活用しつつ、外注ではなく、自社内の運用でEC売上を上げた成功事例をお話しさせていただきます。



※BI...ビジネスインテリジェンスは、意思決定のために情報を分析して得られる知見およびそれを得る仕組みのこと。

INFORMATION

自社サイトの集客にお困りの事業者の皆様へ

自社サイト運用でこのような経験をしたことはございませんか？

- ・自社ECサイトを費用を出して構築したものの、集客ができていない。
- ・セッションは取れているのに、注文数につながっていない。
- ・コストをかけてコンテンツを外注しているのに、いつまでも成果に結びつかない。
- ・Web広告も行っているが、最適かわからない。もしくは、費用をかけすぎている。

自社サイトのトレンドは運用のインハウス(社内運用)化！

例えば、Webコンテンツページをフル外注した場合、一般的な費用は単価@10万～20万。Google広告やSNS広告などWeb広告を外注した場合、一般的な費用は広告運用費の15%～20%に及びます。にもかかわらず、なぜ外注に頼ってしまうのか？それは一言でいえば、**ノウハウに差があるからです。**

運用者のノウハウが成果に直結するSEO・広告などは、「外注せざるを得ない」と思っている企業が非常に多くいらっしゃる実感しています。

しかし、本当にそうでしょうか？弊社では、2023年現在、そういったノウハウの差は生まれにくくなってきていると考えます。なぜなら、Chat GPTに代表されるように、時代は変わり、SEO・広告ツールは使い方次第で誰でも成果が出せるように超優秀になっているからです。**3年前、プロが1日かけていた作業が30秒で終わり、かつ精度も高い。そのような時代では、コストのかかる外注ではなく、自社で最適化を行うほうが効率が良いでしょう。むしろ、そのほうが顧客に投資ができる分、売上につながります。**

では、どうしたら売上が上がる最適な内製化を行うことができるのか？本セミナーでは、「**外注に頼らない**」自社EC集客のための実行プロセス(事例)を一からお伝えします。

BEFORE (外注の場合)

- ・外注費が高く、利益があまり残らない
- ・ツールを入れたが使いこなせない
- ・今の外注先に不満がある

維持費が高く、顧客に投資できない

AFTER (社内運用の場合)

- ・外注費をキャンペーンに充てられる
- ・ツール任せで成果が出せる
- ・修正も早く、連携も柔軟に対応可能

顧客への投資が増え、売上アップ

【小売業向け】最新ECサイト売上アップ事例大公開セミナー

【お問い合わせNo. S099999】

開催日時: 2023年 6/21 (水) 13:00～15:00 (ログイン開始12:30より)
2023年 6/22 (木) 13:00～15:00 (ログイン開始12:30より)
2023年 6/22 (木) 16:00～18:00 (ログイン開始15:30より)

開催方法: オンライン開催 (zoom)

下記課題を感じる事業者の皆様はぜひ当セミナーをご活用ください

- ①サイト集客を成功させたい事業者
- ②EC業績アップの具体的な手順を社内に落とし込みたいとお考えの事業者
- ③SEO対策・広告運用で成功している他社事例を知りたい事業者
- ④サイト関連の外注費を払いたくないとお考えの事業者
- ⑤ECサイトの集客を任せられる担当者(DX人材)を育成したい事業者

講座内容

第1講座 【最新時流】SEO対策・広告を社内運用化すべき理由

- ・社内人材育成へ投資をするべき理由
- ・ECでの集客を成功させる内製化のポイント
- ・時流適応した事業組織の構築方法



株式会社船井総合研究所
データDXチーム リーダー 中村 勇志

第2講座 昨年比1.3倍で月間120万セッション達成事例公開！ 成功事例を基にしたECの業績を効率的に上げる6つのステップとは？

- ・セッション数を増加させる具体的なステップ
- ・SEO対策をするための体制の整理
- ・SEO対策で成果が出ている事例の紹介



株式会社船井総合研究所
データDXチーム 矢藤 聡

第3講座 『広告運用の内製化で外部依頼コストを大きく削減！ 広告運用者の早期育成のポイントとコストの活用法』

- ・広告運用未経験者が、1年で成果を出せるようになったスキル取得の方法
- ・広告運用スキルを身に着けるにあたって想定される課題
- ・成果がでた事例の紹介



株式会社船井総合研究所
データDXチーム 横濱 勇太

第4講座 『明日から取り組める！EC業績を上げるためのアクション』

- ・明日から取り組むことができる成果の出るSEO対策、広告運用のアクション



株式会社船井総合研究所
データDXチーム リーダー 中村 勇志

お問い合わせ

【小売業向け】自社ECサイト売上アップ事例大公開セミナー お問い合わせNo. S099999
主催: 株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
船井総研セミナー事務局

<E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp>

※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせ
No.・お客様氏名」を明記のうえ、ご連絡ください。

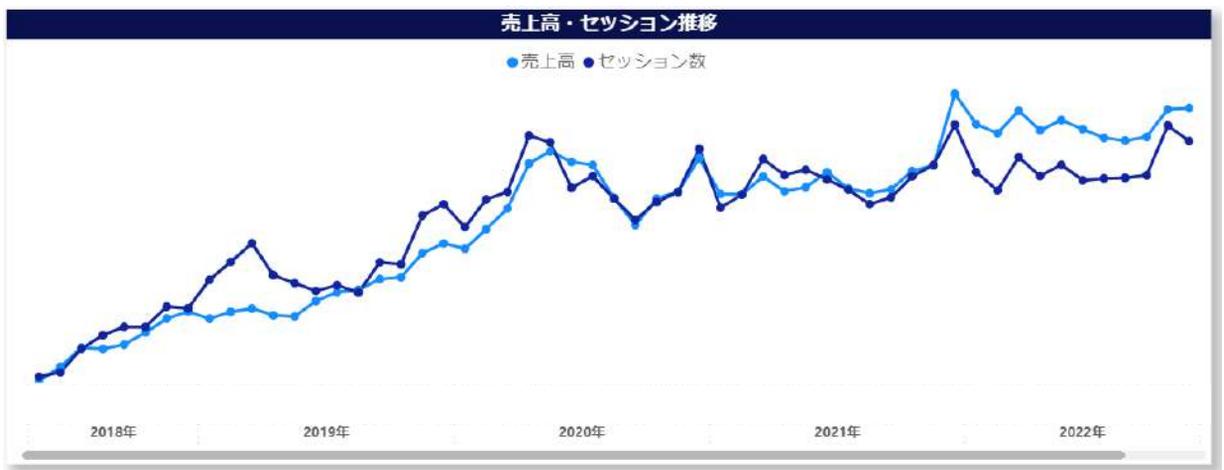
自社EC集客・業績向上事例レポート

～SEO対策・広告運用の現場から～

船井総合研究所が自社ECの現場でルール化したノウハウや成功事例を一部ご紹介します。
ご案内をさせていただいたセミナーでは、より詳しく業績をアップするための実践方法をお伝えします。

1 外注ゼロ！社内運用なのに、4カ年連続2桁成長！

成功するSEO・広告の社内運用化のポイントはズバリ、①データ化と連携 ②ツール活用 ③運用人材の3つです。どれか一つでも欠けると運用はうまくいきません。この3つの中でも、船井総合研究所では特に①を重要視しています。なぜなら、内製化の一番のうまみはこの「データ化と連携」にあるからです。自社ECの場合、Amazonや楽天と異なり、顧客情報が取得できます。実は、この情報こそが業績を上げるための最重要な要素なのですが、基本、外注先に渡すことはできません。本セミナーではインハウス化(社内運用)により、4カ年連続2桁成長をできたEC事例をお伝えいたします。



2 効率よく業績を上げるための具体的な手順が分かる EC業績の6つのステップ

社内運用となると、「サイトの訪問数を増やしたい」「コンテンツ作成の優先順位や短期間で成果を出す方法が分からない」など、自社ECの考え方が分からず、集客や収益化に苦戦している方も多いのではないのでしょうか？本セミナーでは、サイト設計、コンテンツ作成、取引データの分析に至るまで業績を効率よく上げる手順を具体的な6ステップに落とし込んで解説します。

EC業績アップの手順

- 0 KPIツリー
- 1 F1・LTV分析
- 2 強化カテゴリ選定
- 3 商品分析を行い、強化カテゴリを決める
- 4 商品分析
- 5 ページ作成
- 6 進捗管理
- 7 F2分析/ツキ管理

商品分析を行い、強化カテゴリを決める

新規顧客獲得の多い商品→フロント商品
F1の多い商品→購買頻度を増やすためのF2対象商品
購入者LTVの高い商品→バックエンド商品

セミナーではモザイクなしで見せていただきます。

3

昨年比1.3倍成長で月間120万セッションを達成したSEO対策事例

難易度が高いと言われる自社ECの集客では、なんとなく集客したいキーワードを盛り込んだコラムやブログを作成し続けるだけでは成果をあげることができません。モールとは異なる自社ECの独自のSEO対策のルールを学び、データやSEO対策ツールを活用することで、コンテンツ作成の時間を大幅に短縮して成果を出すことができます。成果の出ている事例に基づいたSEO対策・コンテンツ作成の鉄則をご紹介します。



4 広告運用スキルを1年で身に付けるために注力すべきこと

広告を社内で運用していくための必要な要素は、①広告運用スキル ②商品知識 ③確認頻度 に分類できます。現時点の課題では、① 広告運用スキルが社内にはないことがあると思います。一方で、広告のことは分からなくても、自社の持つ②商品知識においては今後の広告運用で何よりの強みになってきます。

成果を上げるための広告運用スキルの土台になるのは、顧客を理解した商品知識に他なりません。自社の持つ商品知識を最大限活かすために、広告運用スキルを1年間で何をしていくべきかを成功事例に基づいてご説明します。

広告運用インハウス化
のための要素



①広告運用スキル

②商品知識

③確認頻度

5

今後の選択がデジタル組織化実現への分岐点に！ 広告運用インハウス化による経営インパクトとは？

広告運用のインハウス化に成功できれば、今後の売上・収益を上げていく大きな道筋を描くことができます。売上の観点で言えば、社内人材の商品と顧客理解を活かした広告運用によって、売上を上げるポテンシャルがあります。収益の観点で言えば、外部運用になると広告予算に対して、約20%が代行フィーとしてかかってきます。社内人材による広告運用であれば、これまでの運用代行フィーがかからないため、収益向上につなげることができます。

広告運用インハウス化に成功した企業は、社内のリソースを最大限に活かしながら、事業規模を大きくしてける可能性があるのです。

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

【小売業向け】最新ECサイト売上アップ事例大公開セミナー

お問い合わせNo. S099999

オンラインにて開催

※全日程とも内容は同じです。ご都合の良い日程をお選びください。

日時・会場

2023年 6月 21日(水)

開始 13:00 ▶ 終了 15:00 (ログイン開始 12:30より)

お申込み期限: 6月17日(土)

2023年 6月 22日(木)

開始 13:00 ▶ 終了 15:00 (ログイン開始 12:30より)

お申込み期限: 6月18日(日)

2023年 6月 22日(木)

開始 16:00 ▶ 終了 18:00 (ログイン開始15:30より)

お申込み期限: 6月18日(日)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索ください。

対象

小売業の企業の事業者、EC担当者

受講料

一般価格

税抜 10,000円 (税込 11,000円) / 一名様

会員価格

税抜 8,000円 (税込 8,800円) / 一名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いいたします。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧: FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みにも適用となります。

お申込み方法

下記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。受講票はWeb上でご確認いただけます。または、船井総研ホームページ(www.funaisoken.co.jp)、右上検索窓にお問い合わせNo. 099999を入力、検索ください。

お問い合わせ



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

TEL: 0120-964-000 (平日9:30~17:30) ●申込みに関するお問い合わせ: 横田 ●内容に関するお問い合わせ: 杉浦
※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

お申込み方法

開催日程によって期限が異なりますので、ご注意ください。

■ 2023年6月 21日(水) 13:00 ~ 15:00

オンライン開催【お申込み期限: 6月 17日(土)】

■ 2023年6月 22日(木) 13:00 ~ 15:00 / 16:00 ~ 18:00

オンライン開催【お申込み期限: 6月 18日(日)】

