

わたしたちEストアは
EC 専門店の 総合支援 をしています

EC

ECとはエレクトリックのコマース。つまり**本質は、デジタルマーケティング**です。

専門店_{テキスト}

ECには、アマゾン、ヤフー、楽天のような **総合通販** と、自社直営の **専門通販** の2種類があり、**専門通販が当社のジャンル**、専門通販は、公式店、公式サイト、本店、直営店とも呼ばれています。

メーカー、生産者、販売からすると、**総合品** は、卸売構造のアマゾン、ヤフーなどに向いています。

総合通販は、顧客は館の物。なのでプロモーションやマーチャンダイズは売手がしなくて良いものの、しかし顧客が自社の財産にならず、館主の判断で顧客を他社にまわされる事は当然です。
 なお、総合販売、総合通販に適した商品は、"消費"するという性質に向いています。

メーカー、生産者、販売からすると、**専門品** は、小売を業とする、自社直営店に、とても向いています。

専門通販店は、文字どおりダイレクトマーケティング。小売、直販が仕事なので、目的や利得は、顧客の自社財産化です。これにより、リピートオーダーの集客コストが掛からず、客を他店に奪われることも無く、顧客ニーズも分かります。ただし卸売の逆なので、**マーケティング、プロモーション、マーチャンダイジングが必要です。**
 なお、専門販売、専門通販に適した商品は、"欲求"に應えるという性質に向いています。

お客様ニーズ

- ・総務省統計2015年、むこう7年で、EC消費は2倍増する。
- ・デフレ経済、人口減少のなかで、一層のダイレクトマーケティングが望まれる。

EC強化をしたい！ しかしノウハウや人手が不足！

デジタル マーケティング サービス

現状と課題の診断 (ECクリニック)

調査・分析・戦略設計 (コンサル)

店舗づくり (ページ制作)

顧客づくり (集客プロモーション)

リピート施策

つよみ1 20年、5万社、1兆円、1億取引の、あらゆる業種業態のデータとノウハウ。

つよみ2 何かに特化した業態ではないので、偏りのないクライアント立場での運営。

デジタル マーケティング システム

販売システムの提供 (ショッピングサーバ)

販促システムの提供 (バックストア)