



"売上のコツ"ノウハウ資料

ショップ公開おめでとうキャンペーン
エントリー特典

BASEへご登録いただき、ありがとうございます。

こちらの資料は、おもに**はじめてショップ運営される方向け**となっています。

「何からはじめたらいいか、わからない」

「集客って、どうしたらいいんだろう」

という方は、ぜひ一読の上、ショップ作成に取り組んでみてください。

商品準備のあり・なし、集客見込みのあり・なしで大きく注力ポイントが異なります。あなたの状況にあったポイントを参考にしてみてください。

商品がある方向けノウハウ

[ショップ作りのコツとは？](#)

[コンセプトを作りましょう](#)

商品がない方向けノウハウ

[商品を決めるコツとは？](#)

[オリジナル商品を作る 3つの方法](#)

[仕入れをおこなう 3つの方法](#)

集客見込みのある方向けノウハウ

[商品を探しやすくしましょう](#)

[お客様の不安を少なくしましょう](#)

集客に不安のある方向けノウハウ

[集客方法を決めるコツとは？](#)

[Instagramをはじめましょう](#)

[投稿拡散のコツとは？](#)

BASE操作方法のコツ

[Appを活用しましょう](#)

[検索を活用しましょう](#)

商品がある方向け ノウハウ

※商品がない方は、[商品がない方向けノウハウ](#)よりご確認ください。

ショップ作りのコツとは？

デザイン設定、送料・商品価格の設定、紹介文作成など
やることはたくさんあるけど、最短ルートを見つけられるかも？

売れてるショップを参考にしましょう



商品の見せ方、送料や価格設定、梱包や集客までイチから調べるより、まずは真似することで時間短縮に。人気のショップは検索にひっかかりやすくなっていますので、ぜひ探してみましょう。

Google検索 ワード例

アクセサリー BASE

スイーツ BASE

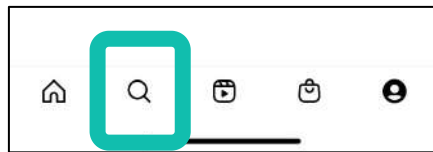
雑貨 BASE

Instagramで検索

検索しているアカウントと相性のよいアカウントが表示されます



アプリを
ダウンロード



検索アイコン
をクリック



商品に関する
ワードで検索

やってみましょう

✓ 3つ以上のショップサイトを見してみる

✓ どんな印象なのか考える

✓ その印象は何によって作られているのか考える

✓ どんなお客様に向けて作られているのか考える

✓ 実際のSNSのフォロワーを見る

(購入体験まで見たい場合は、一度買ってみるのもいいでしょう)

コンセプトを作りましょう

"どんな人に、どんな理由で買ってもらいたいか"
これがあると、ショップの作り方が大きく変わります

(ここでは) "誰に"、"どんな理由で"買ってもらいたいかを明確にすること
理由は、おもに下記2つの種類があります。

機能的理由

- ✓ ○○を解決したい
- ✓ ○○で解決したい

情緒的理由

- ✓ ○○と感じたい
- ✓ ○○に見られたい

商品がない方向け ノウハウ

商品を決めるコツとは？

利益率の高さ？、ニーズの多さ？、在庫の抱えやすさ？
どんな特徴を重要視すべきか

とくに、自分のほしいもの、想い入れがあるものを扱っているショップが好調となりやすい傾向があります。

自分がほしいもの

- ✓ 商品説明に苦労しないもの
- ✓ ほかでは手に入りにくいもの

リスクの低いもの

- ✓ 仕入れ値が安いもの
- ✓ 需要があるもの
- ✓ 在庫の負担が少ないもの

販売する商品をざっくり決めよう <https://baseu.jp/guide/2/23517>

自分がほしいものの見つけ方

- ✓ ずっと探していても飽きないもの
- ✓ つい多く語ってしまうもの
- ✓ 人に説明すると「知らなかった～」と言われるもの
- ✓ 買いたくても、なかなかネットで見つからないもの

オリジナル商品を作る 3つの方法

BASEでかんたんにオリジナル商品を作れる方法を
いくつかご紹介

1.無在庫受注生産



2.ハンドメイド販売

／ ハンドメイド販売で人気の商材 ／



アクセサリー



アパレル雑貨



ベビー・キッズ用品

ハンドメイド販売を副業に！はじめ方と初心者におすすめの商品をご紹介します <https://baseu.jp/20963>

1. ノウハウを持っている製造会社にて製造を委託



2. すでにできている商品を自社ブランドとして販売



アパレルの製品化、買付サポート「AYATORI App」 <https://apps.thebase.in/detail/112>

無在庫受注生産

○ 在庫ゼロ

× デザインデータが
必要

BASE内App連携サービス
[monomy](#) / [pixivFACTORY](#) /
[オリジナルプリント.jp](#) / [canvath](#)

ハンドメイド

○ 利益率が高い
30~60%

× 制作の手間あり
× 在庫管理あり

おもな仕入れ先
問屋街 / 手芸店 / ネットサイト
(テキスタイルモール、生地問
屋.comなど)

OEM

○ 利益率が高い
20~30%

× 在庫管理あり
× まとまった費用が
必要

小規模OEMの商品例
Tシャツ / キャップ / バッグ
/ アクセサリー / ノート / ペ
ンケースなど

商品を準備する方法を知ろう | オリジナル商品 <https://baseu.jp/guide/2/23488>

仕入れをおこなう 3つの方法

かんたんに仕入れができる方法を
いくつかご紹介

1.国内仕入れ

ネット仕入れ



展示会仕入れ



問屋街仕入れ



メーカー直仕入れ



2.海外仕入れ



3.中国輸入

サイト仕入れ



AliExpress



代行業者



国内仕入れ

- 日本語
- ネット仕入れ：かんたん
- 展示会・直仕入れ：安い

× ネット仕入れ：かぶりやすい
× 展示会や直仕入れ：
実績ない場合、断られる場合あり

BASE内App連携サービス
[スーパーデリバリー](#)

海外仕入れ

- 商品がかぶらない

× 言語・文化の違い
× 商品トラブルが多い

おもなサイト
eBay / amazon / iHerb

中国輸入

- 日本語対応サイトあり
- 安い

× 商品トラブルが多い

おもなサイト
Alibaba / 阿里巴巴1688

商品を準備する方法を知ろう | 仕入れ商品 <https://baseu.jp/guide/2/23455>

集客見込みがある方向け ノウハウ

※集客に不安がある方は、[集客に不安がある方向けノウハウ](#)よりご確認ください。

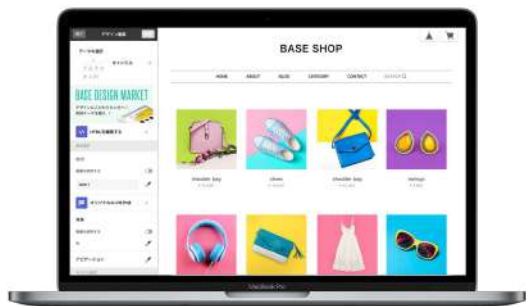
商品を探しやすくしましょう

どんなお客様が、どのページから入ってくるのか
を意識して、ついでに見てもらいたい場所を目立たせよう

入ってくるページは、おもに2種類



TOPページ

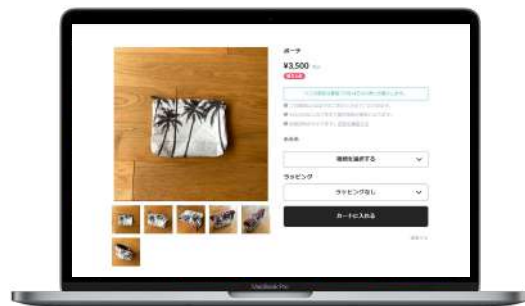


おもな誘導元
SNSプロフィールなど



雰囲気の良いお店……

商品紹介ページ



おもな誘導元
SNS投稿・広告など



この商品気になる……

最初に見せるページの注意点

- ✓ 商品イメージやブランドイメージが伝わるか
- ✓ 商品カテゴリを見つけやすいか
- ✓ 商品カテゴリがわかりやすいか
- ✓ 誘導元で見せている情報と大きなギャップがないか
- ✓ PCとスマホ両方でできているか

お客様の不安を少なくしましょう

送料は？サイズは？どんな材質？どんな使い方？
手に取れないからこそ、きちんと説明しましょう

不安要素は、おもに4つ

商品情報不足

- ✓ サイズや材質が不明
- ✓ イメージが違ったら嫌

運営者不信

- ✓ 本当に届くのか
- ✓ 粗悪品ではないか

送料がかかる

- ✓ 思ったより送料が高い

購入の手間がかかる

- ✓ 支払い方法が限定的
- ✓ 入力欄が多いわかりにくい

すぐにできること

- ✓ 商品画像に、細部・使用シーンがわかるものを追加
- ✓ サイズや材質がそれぞれ記載されているか確認
- ✓ 生産者や運営者の想い、を商品説明やABOUTに追加
- ✓ 地域別送料、一定金額以上の送料無料を設定する
- ✓ 支払い種類を増やす

長期的に効いてくること

- ✓ レビューを記載できるようにしておく
- ✓ 発送数が増えた段階で、配送業者と金額交渉
- ✓ 質問の窓口を作ってみて、多い質問を把握
- ✓ FAQページを随時更新

集客に不安がある方向け ノウハウ

集客方法を決めるコツとは？

集客方法の種類を全体的に把握して
メリット・デメリットを理解しましょう

おもな集客の種類



SEO対策

検索エンジンでサイトを上位表示させる対策

ブログ

商品の魅力やショップの情報をブログで発信

検索広告やSNS広告

検索エンジンの上位表示やSNSでの露出にお金を払う広告

アフィリエイト広告

露出を代行者に任せて、売れたときにお金を払う広告

SNS運用

SNSアカウントへのフォローや露出を増やす

TVに取り上げてもらう

プレスリリースや地道なアプローチで話題提供

集客方法の特徴

お金がかかる

広告運用

アフィリエイト広告

TVに取り上げてもらう

SNS運用

SEO対策・ブログ

時間がかかる

集客方法の特徴

お金がかかる

広告運用

アフィリエイト広告

比較的开始しやすい

TVに取り上げてもらう

SNS運用

SEO対策・ブログ

時間がかかる

広告出稿

- ✓ フォロワー増加目的でInstagram広告を少額開始
- ✓ 売上目的の場合も閲覧や購入の多い商品からGoogle検索広告を少額開始
- ✓ 広告調整だけでなく、価格や商品説明などのサイト調整もおこなう

SNS運用

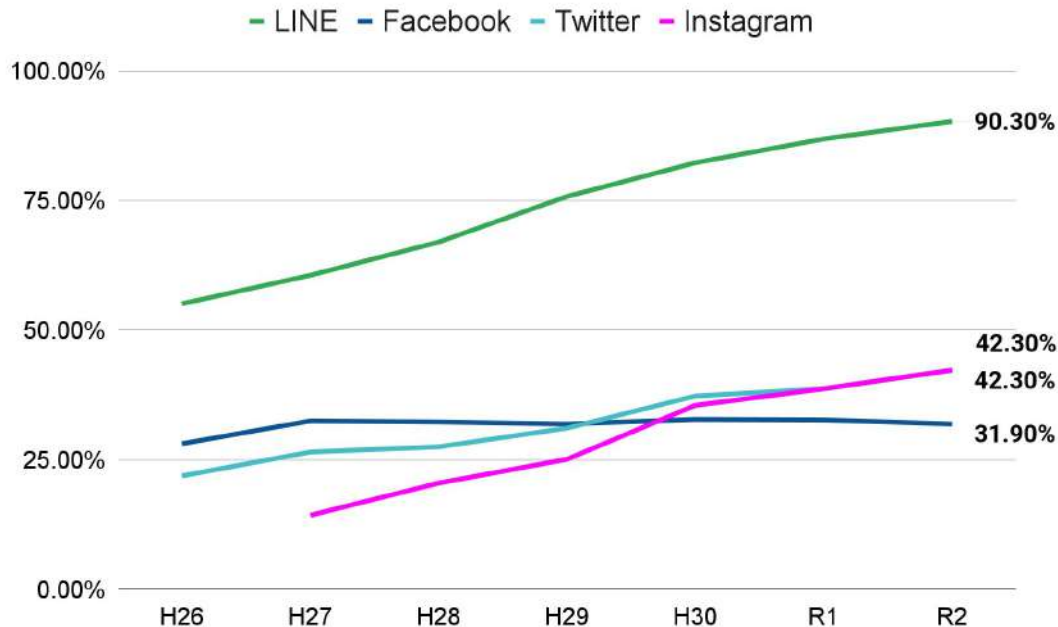
- ✓ 少なくとも2~3ヶ月は苦しい時期があることを覚悟する
- ✓ 商品との相性を考えたSNSを選択する
- ✓ SNSごとの拡散される仕組みを把握して開始する

Instagramをはじめましょう

無料でできる集客のなかで、
効果が出やすいのがInstagramです

Instagram利用者数が増加している

おもなソーシャルメディア系サービス／アプリなどの利用率（全年代）n=1,500

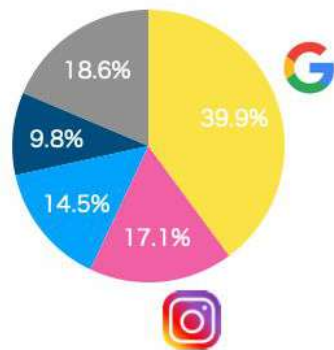


令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書概要 | 総務省

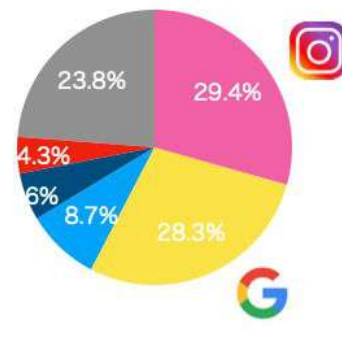
商品を探している人がたくさんいる

「流行のファッション情報」を収集する手段として、GoogleよりInstagramが使われるようになりました

流行のファッション情報を調べる際に
よく利用するサービス (2016年5月度)



流行のファッション情報を調べる際に
よく利用するサービス (2019年6月度)

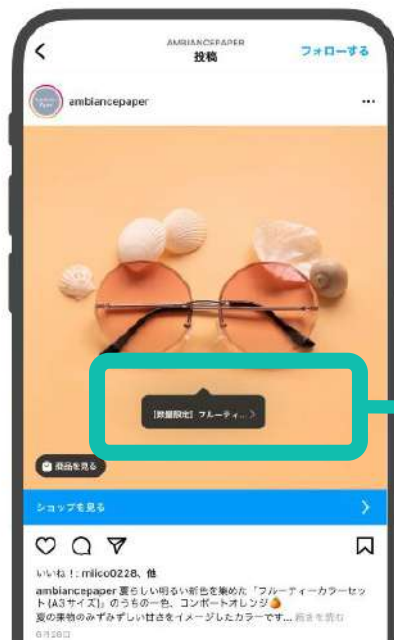


■ Google ■ Instagram ■ Twitter ■ Facebook ■ YouTube ■ その他

参照：<https://webtan.impress.co.jp/n/2019/07/16/33351>

ショップへの購入導線を引ける

ショップページにそのまま飛べる「商品タグ」をつけることが可能です
補足として、「Instagram販売 App」でFacebookと連携して、審査を通過する必要があります。

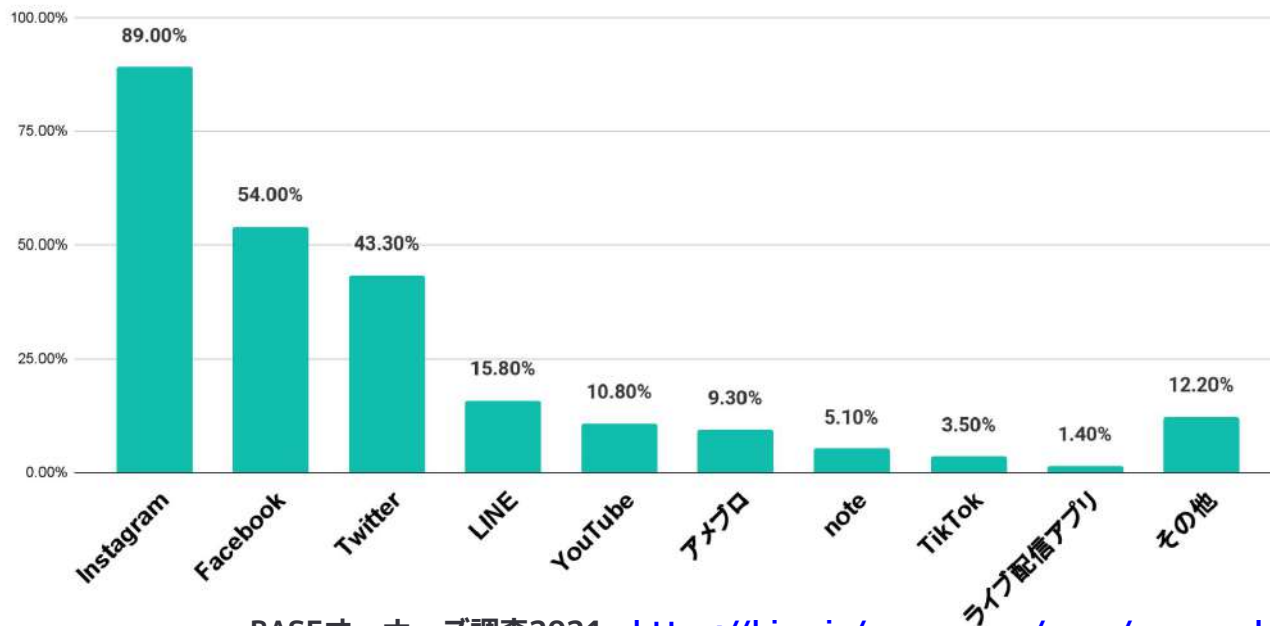


商品タグ

BASEでもっとも利用されている



積極的に活用しているSNSプラットフォームはどちらですか？



BASEオーナーズ調査2021 https://binc.jp/press-room/news/press-release/pr_20211124

投稿拡散のコツとは？

アカウントを多くの人に見てもらう方法は、
フォロワー増加だけではありません

投稿を見る人がどこから来ているのか



141分の1

一般的に重要視されるハッシュタグではなく

「発見タブ」

発見タブとは、虫メガネページの、フォローしていないアカウントの投稿が並んでいるページ。

爆発的な露出増加を狙うには、発見タブをおすすめします。

発見タブでの発見を増やすためには、この2つの数値を意識しましょう

保存率

✓ 投稿を見た人のうち、
保存した割合

2~3%を目指しましょう

ホーム率

✓ フォロワーの中で
投稿を見た割合

2,000フォロワー以下の場合
30%を目指しましょう

0から3,000フォロワーまで増やす方法 BASE

フォロワーとの継続接触

- ✓ 投稿頻度、リールの活用
- ✓ ストーリー、コメント欄、DMの活用

投稿へのアクション促進

- ✓ 保存をうながす投稿
- ✓ 保存をうながす画像を最後に

投稿からプロフィールへの導線改善

- ✓ 投稿の文章に@アカウント名
- ✓ 投稿最後にプロフィール遷移をうながす画像

プロフィールの改善

- ✓ 過去のストーリーを一覧化する
ハイライトを整理
- ✓ ハイライトを4つ以上用意

0から3,000までの道。フォロワーを増やす4つのステップ <https://baseu.jp/guide/6/24135>

BASE操作方法のコツ

Appを活用しましょう

やりたいことは、Appを使って実現

やりたいことを、検索してみましよう



BASE管理画面

The screenshot displays the BASE management interface. At the top, a navigation bar contains various icons, with the 'Apps' icon highlighted by a red box and a red arrow pointing to the text '①クリック'. Below the navigation bar, the main content area features a large purple banner for 'スタッフ権限管理 App'. Underneath, there are three smaller app cards: '送料詳細設定', 'メッセージ', and 'Instagram連携'. A red box highlights the search bar area, which includes a search input field with the placeholder text 'キーワード' and a search button labeled '検索'. A red arrow points from the search bar to the text '②検索'. The left sidebar contains a list of app categories, and the bottom section shows 'ショップのルールを設定する' with options for 'クーレイトEC' and '配達日設定'.

検索窓を活用しましょう

操作方法から、考え方まで

わからないことを、検索してみましよう BASE

BASE管理画面

① クリック



② 検索

ショップ公開方法はこちら

図解付き！BASEの使い方・出店方法 | 初心者でも出来るネットショップ開設

<https://baseu.jp/19697>

さいごに

ぜひご利用ください



ノウハウサイト



<https://baseu.jp/>

本資料は、BASE Uより抜粋して作成しております。
より詳しい情報は、ぜひBASE Uにてご確認ください。

オンラインセミナー



<https://baseu.jp/24520>

実際にあなたのショップを見ながら、
具体的なアドバイスをしています。

アンケート回答をお願いいたします



よろしければ、
下記URLより
本資料の満足度を選択してください
(回答時間：約1分)

<https://forms.gle/8x2aX5MvsWJzk9Sz9>