

ステップアップ篇 1章：ステップアップ戦術

1-1 『BUYMA × アクセス数』の戦術

はじめに、戦術のキモとなるものをお伝えさせていただきます。

出品した商品の購入者である「お客さん」に注目してみると、実は「BUYMA で購入するのがはじめて」という方が非常に多い事に驚きます。

なぜ「はじめて」のお客さんが多いのか？

これは、BUYMA(正確には運営会社であるエニグモ)が急成長し、最近になって各メディア等で度々紹介され認知されはじめた結果です。

また、もう1つの理由として、BUYMA は出品されている多数のブランドに強力な SEO 対策を行うことでホームページに多くの集客をしていることがあげられます。

※SEO 対策：検索エンジン最適化(インターネットの検索結果で上位表示する)

それでは実際にインターネットの検索エンジン(Yahoo)で、以下のブランドをキーワードとして検索してみましょう。

- ◆ ALDEN(オールデン)
- ◆ Jimmy choo(ジミーチュウ)
- ◆ BOTTEGA VENETA(ボッテガヴェネタ)

その検索結果において、BUYMA の販売ページは何位に表示されているでしょうか？

結果は…

- ◆ ALDEN(オールデン) = 3位
- ◆ Jimmy choo(ジミーチュウ) = 3位
- ◆ BOTTEGA VENETA(ボッテガヴェネタ) = 4位

(2013/8/20 現在)

この検索結果を見て驚くべき事は、多くのブランドが検索結果 1 ページ目上位に、BUYMA が表示されるという点です。

あなたが、インターネットで何かお買い物や言葉を調べようとした時のことをイメージしてみてください。

何万、何十万件という検索結果が多くページ数で表示されましたね。
では、あなたは何ページまでご覧になりますか？

普通であれば 2 ページ目ほどではないでしょうか？

基本的に「見るのは 3 ページ目まで、4 ページ以降は見られない」と言われており、BUYMA が 1 ページ目に表示されていることは大きなメリットです。

このように BUYMA が検索エンジン(Yahoo、Google)より、「[購買意欲の高い](#)」お客さんをいかに集客できているかがわかりますね。

それでは、この章の「BUYMA × アクセス数」の戦術をもう少し深く考えてみましょう。
あなたはもう、「ピン！」と感じていらっしゃるかもしれません。

ここに、私が数々のテストを繰り返し作り上げた戦術があります。

この戦術は検索エンジンからのアクセスを利用することで、「他のバイヤーさんと異なる」購買意欲が高いお客さんを集めることに成功し、多くの受注が入るようにできるのです。

戦術を取り入れた後の、次の画像をご覧ください。

先週のバイヤー活動のレポートです」

商品へのアクセス数	4887PV ↑
売上ランキング	335位 ↑
欲しいもの登録数	281人 ↓
指名リクエスト数	1件 →
受注数	35件 ↑
新規出品数	50件 ↓

もう一つ見てみましょう。

先週のバイヤー活動のレポートです」

商品へのアクセス数	4730PV ↑
売上ランキング	667位 ↑
欲しいもの登録数	301人 ↑
指名リクエスト数	1件 →
受注数	31件 ↑
新規出品数	77件 ↑

