



もちろん、価格競争に負けて販売ができなければ、
どのようなビジネスも継続はできません。



そうですね。



ただ、人は価格だけで買うわけではないのです。
工夫さえすればいくらでも勝機はあります。



では、その工夫とはどのようにすればいいのですか？



前回、市場や卸業者が農作物を受け付けてくれなかった時に
通販サイトを立ち上げて直接消費者へ販売するということをしましたね。



はい。



その通販サイトからの利益を確保する工夫をするのです。
ターゲットを絞り込み、その人が好む商品に特化した通販サイトにする
のです。



具体的には・・・？



調べてみましょうか。



ネットの世界は、すべての情報が公開されていると思って頂いて間違い
ありません。
どのような商品や言葉の検索ボリュームが多いのかを見ることで、
市場の規模、消費者のニーズが予測できます。



すごい世界ですね・・・。



検索ボリュームの多い言葉をよく見ながら、
それらは何を探そうとしている言葉なのかを想定すれば、
おのずとターゲットが絞られてきます。



こうやって市場を予測して売り方を考えるのですか。

キーワードプランナー
プランに候補を追加

宣伝する商品やサービス
野菜通販

商品やサービスのキーワード
を入力すると平均検索ボリュー
ムが表示される。

ターゲット設定 ?

すべての地域
すべての言語
Google
除外キーワード

期間 ?

月間検索数の平均を表示する
期間: 過去 12 か月間

検索のカスタマイズ ?

キーワードフィルタ
キーワードオプション
すべての候補を表示
アカウントのキーワードを非表示
プランのキーワードを非表示
含めるキーワード

広告グループ候補

キーワード候補

キーワード (関連性の高い順)	月間平均検索ボ リューム ?	競合性 ?
オイシックス	90,500	低
野菜	40,500	低
宅配	40,500	中
oisix	14,800	低
食材	4,400	低
食材 宅配	4,400	高
無農薬 野菜	3,600	高
有機 野菜	2,900	中
京都 通販	2,900	中
宅配 食材	2,400	高
米 通販	2,400	高
野菜 宅配	2,400	高

(出典元: Google AdWords キーワードプランナー)