

NET-BREAK Story03

売上低迷にスプリット・ラン・テスト

◆目次

Chapter01:プロローグ	1
Chapter02:スプリット・ラン・テストの進め方	7
Chapter03:ライバルに打ち勝て	19
Chapter04:リサーチ&セールスで一石二鳥	24

◆NET-BREAK Story03

売れるかどうかわからないのに、商品を大量に仕入れられない。売れるかどうかわからないのに、大量の広告を出稿することはできない。これまでの流通やオールドメディアでは、一定の投資を前提に物事が動いていました。しかしながらインターネットの世界では逆の思想が存在しています。まずは低予算でテストをしてみる、商品を仕入れる前に売れるか否かを調査してみるという考え方です。この考え方は「スプリット・ラン・テスト」というインターネット独自の手法を前提としています。

ホームページを制作する際に、数ヶ月もの長い時間をかける会社様が多いと思います。しかし、ホームページは従来の広告のように掲載して終わりではありません。公開した後に初めてユーザーのアクセス数や利用データが把握でき、改善ポイントも明確になります。つまり、ホームページは公開がゴールではなく、公開してからが始まりであると理解していただきたいのです。

Story03では、インターネットで結果が見える化し、その結果を元にしながら常に経営改善を図ることの重要性をまとめています。

是非ご一読ください。