



大変でしたね。
しかし、インターネットは公開された世界ですから、
競合他社に知られてしまうのは致し方ないことです。



えっ、そんなものなのですか？



ええ。ただ、これから開発を始めるのと、
すでにプロトタイプができているのでは
最終商品を世に出せる時期は大きく異なります。
ここからのスピードを如何に上げていくかが重要です。



具体的に商品のスペックやプライスなどを決める
工程に入っているのですが
その判断基準となる情報をいかに早く、正しく収集するか、
思案しています。
何か良い知恵を授けて頂けませんか？



それにはやはりスプリット・ラン・テストの
第二弾を行うしかないですね。



といいますと？



第二弾では、これまでの第一段で固まった
商品の方向性（＝コンセプト）や広告のセンテンスなどから
最終商品を開発します。
商品の容器、容量、価格などを変えて実際に販売を試みるのです。



実際に販売して、そこでスプリット・ラン・テストを行うのですね。



その通り。その際のポイントが「**クローズドプロモーション**」です。



クローズド？隠すということですか？



「このホームページを見つけてくれたあなただけに先行販売！
お手元に届いた後でレビューを書くと抽選で素敵な景品が当たります！」
といった表現を用いるのです。



そういうことか。



インターネット広告を特定のターゲットに絞って配信して、
その中からレビューを集めていくので『クローズド』というわけです。



このスピードで進めれば、仮にどこからか情報が漏れても
全く問題ないですね。



そうです。
ビジネスにおける最高の戦略は〈スピード〉です。
インターネットに精通すれば、素早い対応が可能になります。



確かにそうですね！



第二弾のテストでは購入意志の確認ができ、
その上でレビューを通して使用感などをヒアリングできるので
最終商品の要素はすべて整います。



長電話ですみませんでした。
早速、第二弾のテストを検討していきます！