

——やり尽くし、勝てるEC事業へ。

# YUNIGEの Amazonマーケティング

- ◆ SECTION 1 Amazonで勝つ為の流れ
- ◆ SECTION 2 レビューサービスについて
- ◆ SECTION 3 今、Amazonを本気でやるべき理由
- ◆ SECTION 4 YUNIGEマーケティングについて



◆ SECTION 1

Amazonで勝つ為の流れ



# 売上アップの流れ

販売実績を作り  
検索順位アップ

商品の露出を増やす施策

1. 広告運用
  2. SEO対策
- Ex. 検索順位アップでの  
自然流入

成約数を増やす施策

1. 商品コンテンツ
2. 販促・価格設定
3. レビュー
4. カート独占

商品ページへの  
クリック数を増やす施策

1. 商品コンテンツ
2. 販促・価格設定
3. レビュー

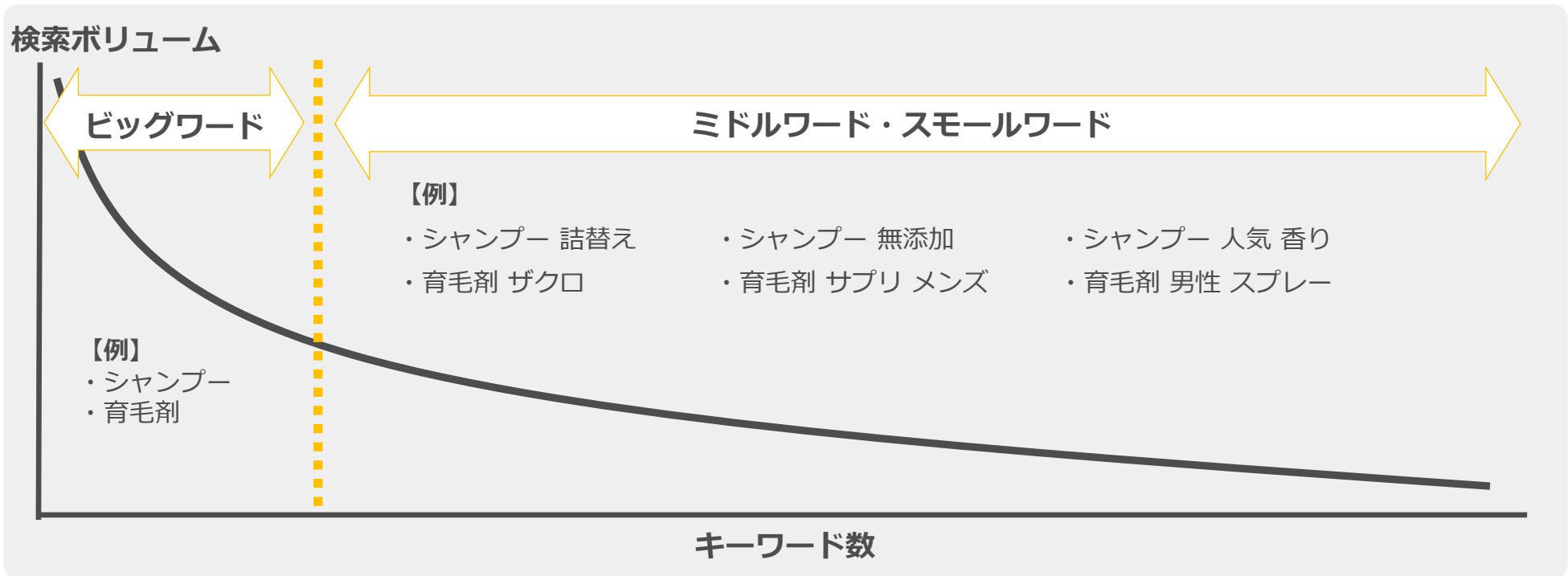
購入ユーザーの8割は、Amazon内の検索を利用している。

現在のAmazonの検索アルゴリズムでは、「売れている商品」を優先的に上位表示させている為、小手先のキーワード対策ではほとんど効果がなく、とにかく「最初の販売実績」を作り出すことが、検索対策、売上アップに繋がる。

# Amazonコンサルティング 施策項目一覧

施策カテゴリ	施策内容	売上への重要度
基本施策	①FBA出荷 ②ブランド申請 ③ASIN統一 ④適正なカテゴリへの移動 ⑤サンクスメール送信	★★★
広告運用	⑥スポンサープロダクト広告の運用 ⑦スポンサーブランド広告の運用	★★★
商品コンテンツ	⑧メイン画像の撮影、加工 ⑨サブ画像作成 ⑩Aプラス（商品紹介コンテンツ）作成 ⑪ストアページ作成	★★
販促・価格設定	⑫ポイント設定 ⑬プロモーション機能設定 ⑭クーポン設定 ⑮タイムセール入稿 ⑯価格変更	★★★★★
レビュー	⑰レビュー付け ⑱「役立ち」ボタンのクリック ⑲低評価レビュー削除申請、コメント入れ	★★★★★
カート独占	⑳相乗り出品の差し止め	★★★★★
SEO対策	㉑商品名、商品仕様、Aプラス、検索キーワードへのキーワード挿入	★

# SEO対策（表示回数増加）



## ■ビッグワード

検索キーワードや商品ページに対策キーワードを入れても検索順位にはほとんど影響無し。直近の販売実績が最重要項目。

## ■ミドルワード・スモールワード

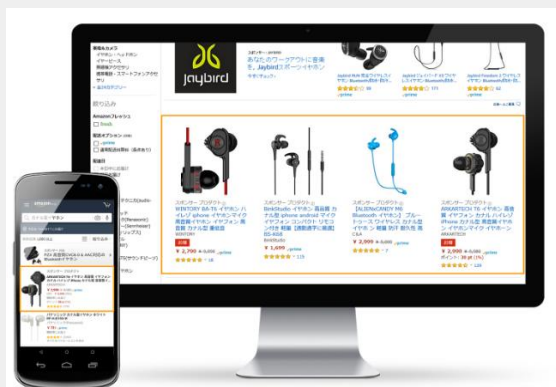
ビッグワードと同様、販売実績が最重要だが、検索キーワードや商品ページのSEO最適化することで、表示機会が増える。

売上見込みの高いミドルワード・スモールワードを洗い出し、対策することが重要。

# Amazon広告運用①（表示回数増加）

- 当社独自の運用方式により、Amazon広告の費用対効果を最適化。
- 広告運用の内製化支援も可能。

## スポンサープロダクト広告



検索キーワード、商品に応じて個別の商品を表示する広告。

## スポンサーブランド広告



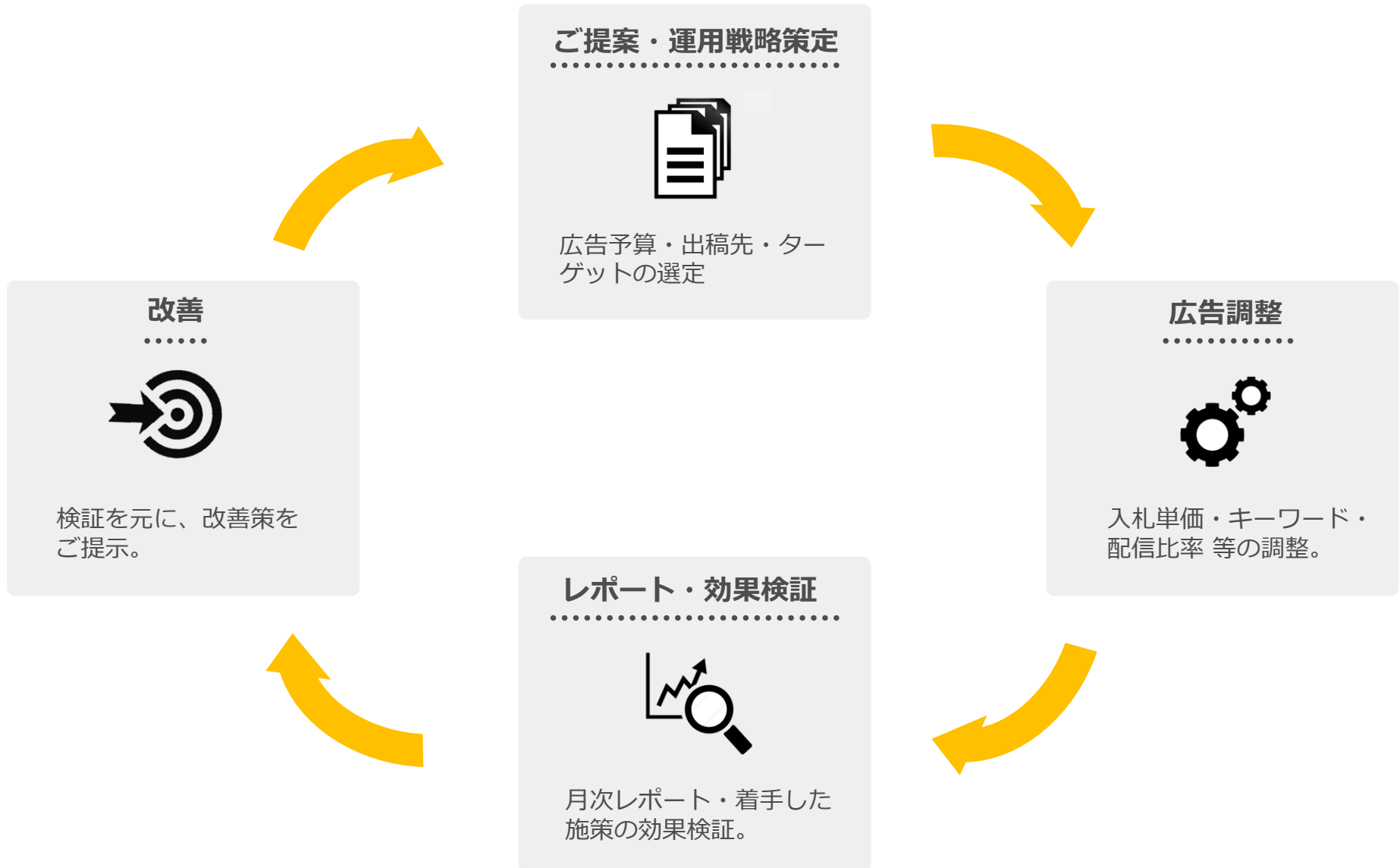
Amazonの検索結果ページの目立つ位置に、ブランドロゴ、商品を表示。

## 商品ディスプレイ広告



ユーザーの興味・関心や商品単位でのターゲティングで、商品ページに表示させる広告。

## Amazon広告運用②（表示回数増加）



# 検索結果画面の最適化（クリック数増加）

良くない例



アルソア（ARSOA）セルエッセンス

¥11,232

✓prime 明日中10/20までにお届け

通常配送料無料

残り5点 ご注文はお早めに

良い例

① **ベストセラー**



② オルナ オーガニック化粧水 & 乳液 & 美容液 スキンケア セット 「無添加 合成着色料・合成香料フリー」 「コラーゲン 3種 + ヒアルロン酸 4種 +...

③ ★★★★★ ☆ 151

④ ¥6,490

⑤ 5% 還元 キヤッシュレス払い  
「Amazon定期おトク便」でさらに5%割引  
Amazon ポイント: 64pt (1%)

⑥ ✓prime 明日中10/20までにお届け  
通常配送料無料

## クリック率に影響がある要素

- ① メイン画像
- ② 商品名
- ③ レビュー評価
- ④ 価格設定
- ⑤ 販促設定
- ⑥ 配送設定

**各要素を最適化することで、クリック率増加が可能。**



# 商品詳細ページの最適化（成約数増加）

①



②

画像をクリックして拡大イメージを表示

③

オルナ オーガニック 化粧水 & 乳液 & 美容液 スキンケア セット 「無添加 合成着色料・合成香料フリー」 「コラーゲン 3種 + ヒアルロン酸 4種 + ビタミンC 4種 + セラミド 配合」 200ml & 150ml & 47ml

ALLNA ORGANIC (オルナオーガニック)

★★★★★ 151件の評価 7が質問に回答済み ④

ベストセラー1位 (- カテゴリ) バス用品セット

⑤

価格: ¥ 6,490 通常配送無料 詳細

ポイント: 649pt (1%) 詳細はこちら

クーポン  5% OFFクーポンの適用 初回分お届け時に 詳細

⑥

この商品の特別キャンペーン この出品者から1点購入すると、関連商品が¥300割引。 1件

5%還元 キャッシュレス払いで61.66円 詳細

ポイントが2.5%貯まるAmazonゴールドカード

在庫あり。 在庫状況について

10/20 日曜日 にお届けするには、今から4 時間 19 分以内にお急ぎ便を選択して注文を確定してください (Amazonプライム会員は無料 詳細を見る)

この商品は、【公式】GM store [ 30日間完全保証付き! ] が販売し、Amazon.co.jp が発送します。  
この出品商品には代金引換とコンビニ・ATM・ネットバンキング・電子マネー払いが利用できます。

⑦

新品の出品: 1 ¥ 6,490より

- 【セットで15%OFF】セットでお買い上げいただく¥7,498→¥6,373と、単品購入より¥1,125お得です\*
- 【23種の植物由来美容成分と12種の美容】ユスリキエキス・サトウキビエキスなどの植物成分（保湿成分）、ヒアルロン酸・コラーゲンなどの美容成分を賢くに配合しました。
- 【セット使いがオススメです】泥洗顔・クレンジングとの併用でより滑い肌！
- 【爽やかな香り】ティーツリー・ラベンダー・オレンジを基調とした植物精油でオーガニックな香りに仕上がりました。
- 【化粧水: 7種-合成香料不使用、合成着色料不使用、鉱物油不使用、ノンパラベン、紫外線吸収剤不使用、ノンアルコール、ノンシリコン 美容液: 7種-合成香料不使用、合成着色料不使用、鉱物油不使用、ノンパラベン、紫外線吸収剤不使用、ノンアルコール、ノンシリコン 乳液: 7種-合成香料不使用、合成着色料不使用、鉱物油不使用、ノンパラベン、紫外線吸収剤不使用、ノンアルコール、ノンサルフェート \*2テトラヘキシルデカン酸アスコルビル、アスコルビルグルコシド、パルミチン酸アスコルビルリン酸3Na、リン酸アスコルビルMg: 保湿、\*3セラミドNP: 保湿

⑨

選択の注文

¥6,490 (¥16,348 / kg)

定期おトク便: 5% 10%

¥6,165 (¥15,529 / kg)

3個以上の商品に登録して、自動配達で5%と最大10%の割引を受けたい。 詳細はこちら

日曜日, 10月20日で受け取る

数量: 1 ▼

配送頻度: 2か月 (おすすめ) ▼

申し込む

ほしい物リストに追加する ▼

新品 (1), 以下から: ¥6,490 + 無料配送

⑧

## 商品の説明



【植物の力で自然の美しさを】

concept 01 オーガニックなのに美容成分たっぷり

「3種類の無添加\*」にこだわって、本当に良い「天然」のオーガニック成分・美容成分数百種類の中から厳選して一つ一つ選び抜き「植物由来美容エキス23種」を配合し「コラーゲン 3種類 \*1・ヒアルロン酸 4種類 \*2・ビタミンC誘導体 4種類 \*3・セラミド \*4」の保湿、整肌成分もふんだんに追加しました。 \*合成香料不使用、合成着色料不使用、鉱物油不使用 \*1 加水分解コラーゲン、水溶性コラーゲン、サクシノイルアテロコラーゲン \*2 ヒアルロン酸Na、加水分解ヒアルロン酸、アセチルヒアルロン酸Na、ヒアルロン酸クロスポリマーNa \*3 アスコルビルグルコシド、テトラヘキシルデカン酸アスコルビル、パルミチン酸アスコルビルリン酸3Na、リン酸アスコルビルMg \*4 セラミドNP

concept 02 植物アロマでボタニカルな香り

ティーツリー・ラベンダー・オレンジを基調とした植物精油のオーガニックで爽やかな香りがあなたを包みます。 自然で爽やかな香りは気持ちリフレッシュさせてくれます。

concept 03 信頼の日本製

企画、製造、販売全てが日本人、日本法人であり品質にこれでもかとこだわっています。工場では優れた製品やサービスを提供している企業や工場に与えられる品質マネジメントシステムの国際規格ISO9001を取得しています。

## 成約率に影響がある要素

①メイン画像

②サブ画像

③商品名

④レビュー評価

⑤価格設定

⑥販促設定

⑦商品の仕様

⑧商品の説明

⑨配送設定

各要素を最適化することで、

成約率増加が可能。

# カート状況の最適化（成約数増加）



画像にマウスを合わせると拡大されます

KENCOS3/KENCOS4(ケンコス3/ケンコス4)兼用 フレーバーカートリッジ(3本入)  
【キシリトールメンソール】  
KENCOS(ケンコス)

価格: ¥ 2,970 通常配送無料 詳細  
ポイント: 594pt (20%) 詳細はこちら

Amazonクラシックカード新規ご入会で  
3,000ポイント

新品 (21)、以下から: ¥ 2,750 + 無料配送

- 業界トップクラスの35mgのキシリトールを配合した、キリッとクールなメンソール風味です。
- キシリトール+メントールのクールダウン効果で、食事の後やスッキリしたい時にお勧めです。
- 目安として1.5秒の吸引を600回分です。
- ※食品衛生法で認可された成分のみを使用しています。

¥ 2,970

ポイント: 594pt (20%) 詳細はこちら

通常配送無料 詳細

10/18 金曜日にお届けするには、今から3時間37分以内にお急ぎ便を選択して注文を確定してください。(Amazonプライム会員は無料 詳細を見る)

残り1点 ご注文はお早めに在庫状況について

カートに入れる

今すぐ買う

この商品は、  
が販売し、Amazon.co.jp  
が発送します。

- この注文でお急ぎ便、お届け日時指定便を無料体験 Amazonプライム無料体験について
- ギフトの設定

新品 (21)、以下から:  
¥ 2,750 + 無料配送

シェアする

こちらからもご購入いただけます

¥ 2,750

+ 配送料無料

発売元:

カートに入れる

¥ 2,970

通常配送無料 詳細

発売元:

カートに入れる

¥ 2,970

594pt (20%)

通常配送無料 詳細

発売元:

カートに入れる

90%以上のユーザーは、トップのカートから購入している。

2番目以降のカートからは、ほぼ注文がされない。

■ Amazonでは、同一商品を複数セラーから出品しても、1つの商品ページにまとめられる。

■ 転売・せどり等によってカートが乱立している場合は、排除することで本来の売上を創り出せる。

# Amazonでの勝ち方まとめ

---

売上増加へ

コンテンツのリッチ化や  
販促施策を最大限活かし、

成約数を  
上げる！

ユーザーの興味を惹くような  
検索結果画面を作りこみ、

クリック数を  
増やす！

最適な広告運用を回し、  
SEO対策を地道に行い、

商品の露出を  
増やす！

◆ SECTION 2

レビューサービスについて



# 全国2万人以上のモニター会員を保有

20,000人以上、様々な属性のアクティブユーザー



商品にマッチした適切なモニターへオファー

モールにて商品を購入、実際に使用した上で  
商品に対する意見・感想をレビュー。

★★★★★ 5

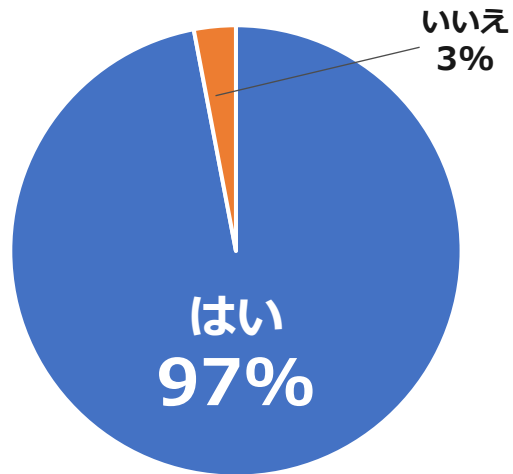
2019-12-21

リアルにこれ1本

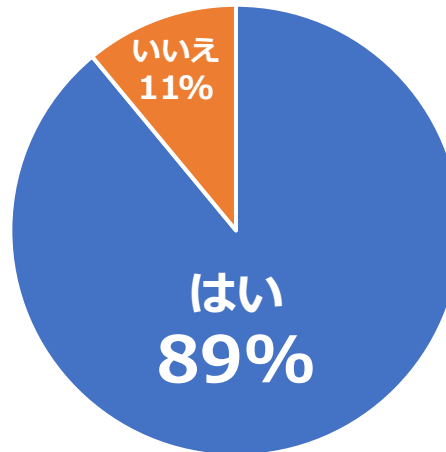
超絶面倒な事が大嫌いな私は基本オールインワンタイプを選びます。でもやっぱり市販の安いのは保温されてる感じはないし、何より吹き出物が出やすい。調べたり、楽天のレビュー見ながらこれを使うようになってから数ヶ月…。肌質が明らかに違う。(望々とすっぴんで歩ける)それに吹き出物は全く出ないし。産休中で化粧は毎週日曜日だけ。メイク日だけホットクレンジングジェルでメイクオフして角栓ジェル(・・・(続きを読む))

# ECにおける検討層ユーザーの購買行動への影響

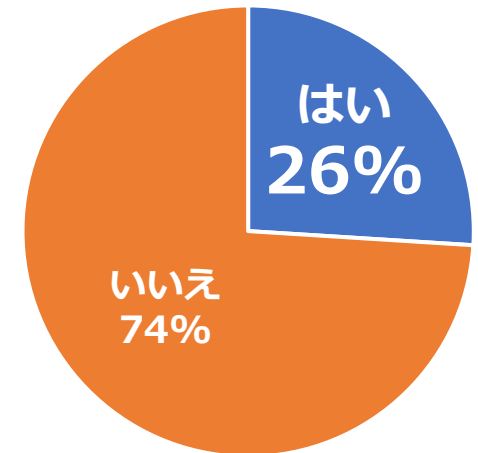
購入する前にレビューを参考にしますか？



購入を決定するのにレビューは不可欠ですか？



購入に際し、最も重要な判断基準はレビューですか？



ECで購入する際、約90%のユーザーが、レビューを参考・重視している。

# レビュー点数での転換率の変化

## Amazon 美容系商材の転換率

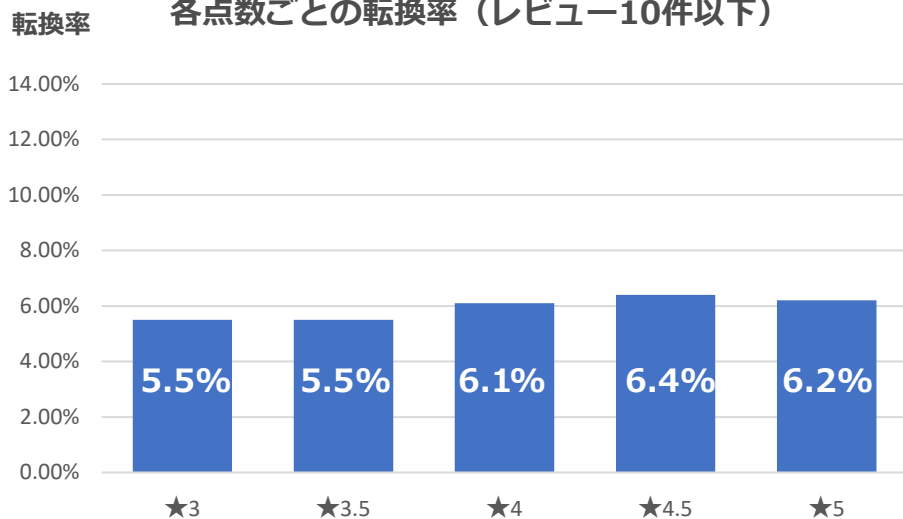


中評価（星3～3.5）と高評価（星4～5）では約2%の転換率の差が発生している。

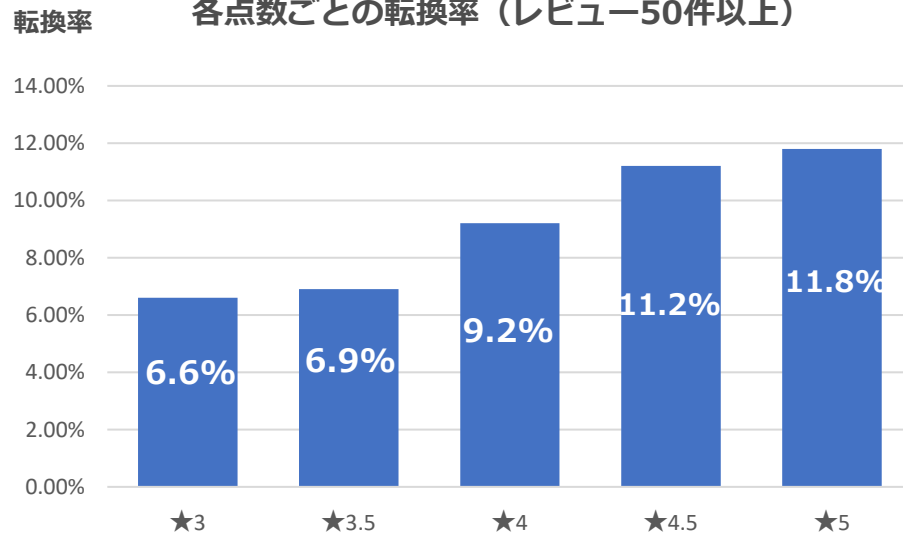
対象モール：Amazon  
成約率定義：美容系商材 全97商品の平均値  
（星3:22商品 星3.5:28商品 星4:21商品 星4.5:18商品 星5:8商品）  
計測期間：2018年5月～2019年4月  
※当社調べ

# レビュー件数と点数の相関関係

各点数ごとの転換率（レビュー10件以下）

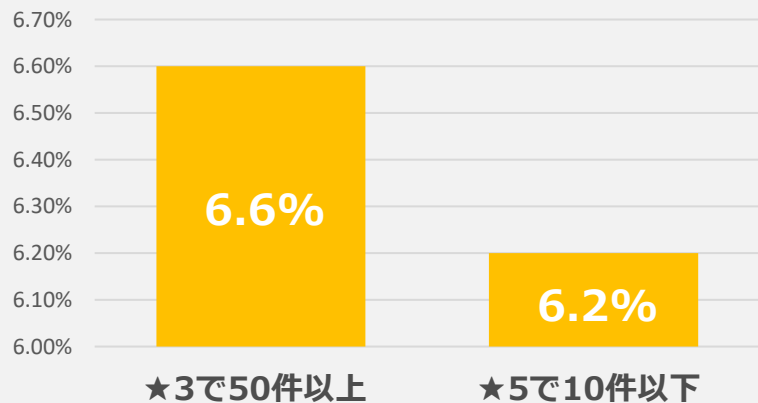


各点数ごとの転換率（レビュー50件以上）



## Point!

★3で50件以上と★5で10件以下の転換率比較



- ・点数による転換率の差は、件数が一定以上あって初めて生じる。
- ・件数が多い★3レビュー商品の方が、件数が少ない★5商品よりも転換率が良い。

**結論：高い点数を保持しつつ、件数も増やす必要がある。**

対象モデル：Amazon

成約率定義：美容系商材 全97商品の平均値













（星3:22商品 星3.5:28商品 星4:21商品 星4.5:18商品 星5:8商品）

計測期間：2018年5月～2019年4月

※当社調べ



# 品質・安全性を徹底重視した運用体制

	中国レビュー業者	国内レビュー業者	YUNIGE
安全性	 海外サーバからの投稿・IPアドレス重複・同一人物による大量のレビュー付け	 システムでIP分散、モニターをクラウドサービス等で募集、レビュー率を無視	 リアルモニターが実際に購入、使用した上でレビュー投稿
品質	 不自然な日本語、納期遅延、未反映が頻発	 納期遅延、未反映が頻発	 管理者がモニターアサイン・購入・レビュー投稿内容を管理
費用	 1レビュー相場：5,000円～10,000円	 1レビュー相場：10,000円～15,000円	 1レビュー：～10,000円
サポート	 委託時連絡のみ、納品連絡すらないケースも	 納品連絡のみ	 チャットワークで管理者が直接サポート

# レビュー付けの流れ

---

弊社保有モニター(2万人以上)の中からレビューモニターを選出。



スケジュールに則り、弊社専属のモニターが実際に商品を購入。



商品到着後、一週間~に対象商品のレビュー



Amazon商品ページへレビュー反映

# YUNIGE独自のレビューテクニックを実践



## 購入数に対するレビュー数の平均は1%

.....

平均を大きく超えたレビュー付けを避ける為、注文件数とレビューのバランスを調整し、レビュー付する必要がある。

## レビュー平均点は全体レビューの平均値ではない

.....

レビュアーにはランクが存在しており、ランキングが高いレビュアーのレビューは1つのレビューで平均点を大きく上げる力を持っている。

## レビュー付けオペレーションを徹底化

.....

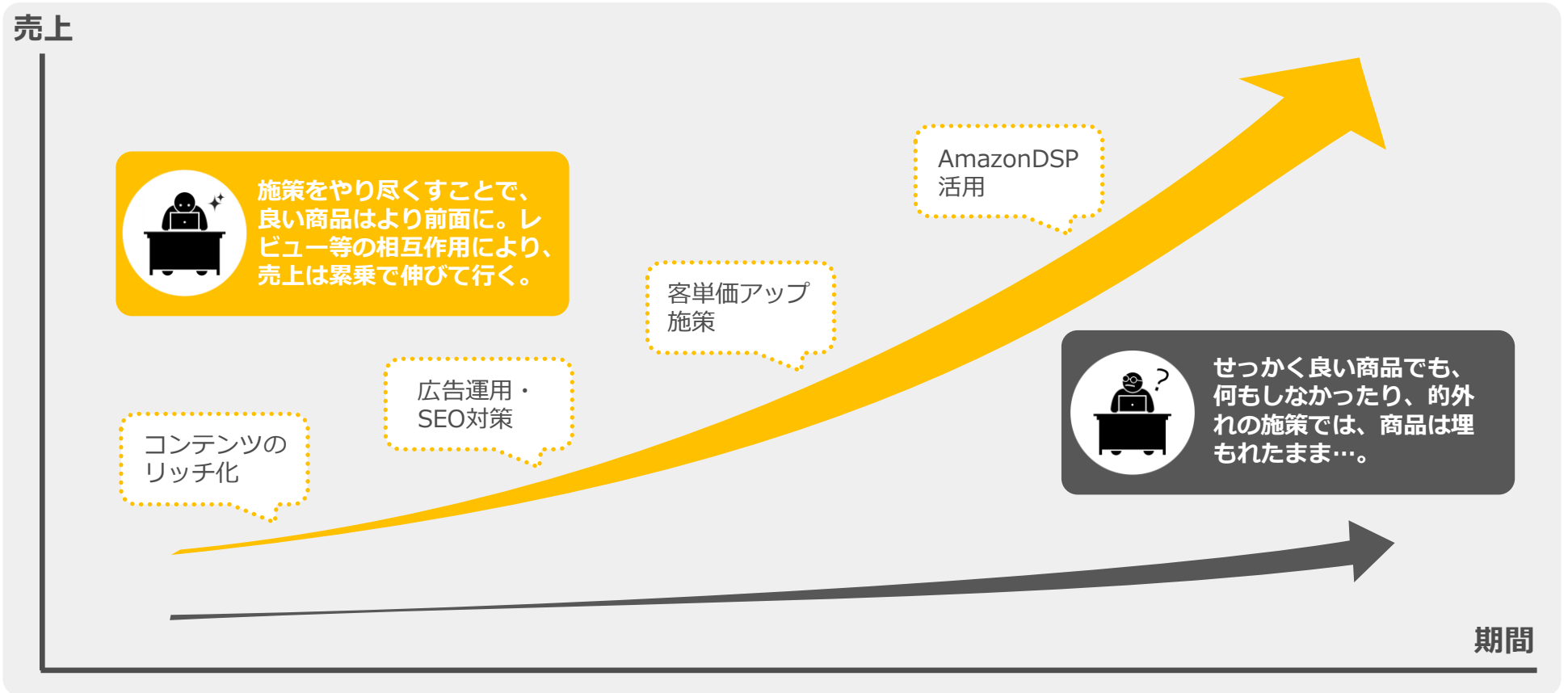
IP、レビュー内容、文字数、画像の挿入等、レビュー付けに関するオペレーションを徹底化させることで、リスクを排除。

◆ SECTION 3

今、Amazonを本気でやるべき理由

.....

# 本来Amazonは、「商品がイケていれば売れる。」



商品が優れているにも関わらず売れていないのは、  
施策をやり尽くせていない可能性大。

# Amazonでは「ブランド力」よりも「商品力」が重要。

## 各モール比較

			
モール内の検索アルゴリズム	直近の商品の販売実績、ショップ全体の売上額 他	PRオプション、商品情報、販売実績 他	商品の販売実績が最重要視
重視されるポイント	商品・店舗のブランディング	商品・店舗のブランディング	商品単体での魅力・価値
伸びる店舗の特徴	店舗内外の広告・店舗ページ、商品ページのリッチ化・メルマガ等の施策を網羅的に施せる。	店舗内外の広告・店舗ページ、商品ページのリッチ化・メルマガ等の施策を網羅的に施せる。	価格面、もしくは機能面での魅力・価値を各ページで正しく伝えることができる。

Amazonでは価格、レビュー、機能といった、商品単体レベルでの「商品力」を上げることで、店舗や商品ブランドに依存せずとも売上を伸ばすことが可能。

# 売上アップで帯を取る。帯を取ることでもっと勝てる。

## ベストセラー1位

### ベストセラー帯

対象のカテゴリーでの売れ筋ランキング1位を獲得することで表示される。  
「ヘルス&ビューティ」等の大カテゴリーでの取得は難しいが、  
「ヘルス&ビューティ > 基礎化粧品 > 美容液・セラム > プロテオグリカン」  
等の小カテゴリーでの取得を戦略的に狙う。

帯獲得で、15~20%の売上アップ見込み

## Amazon's Choice

### Amazon's Choice帯

キーワードごとに表示される。特定のキーワードに最もマッチした商品をAmazonが自動で選んでいる。少なくとも指名キーワードでチョイス帯を取得し、関連性の高いキーワードでのチョイス帯を戦略的に狙うことで、売上の底上げが可能。

帯獲得で、最大売上150%増の報告有り。

# Googleの検索アルゴリズムを活かしてさらに勝つ。①

## Googleの検索キーワードは、3つに大別される。

### Doクエリ



「何かをしたい」「何かを購入したい」という意図が含まれているワード。

#### 【キーワード例】

- ・シャンプー
- ・シャンプー 購入
- ・シャンプー 通販

### Knowクエリ



「何かを知りたい」という意図が含まれているワード。

#### 【キーワード例】

- ・シャンプー やり方
- ・シャンプー かゆみ
- ・シャンプー 選び方

### Goクエリ



「このサイトに行きたい」という意図が含まれているワード。

#### 【キーワード例】

- ・パンテーン
- ・メリット シャンプー
- ・ボタニストシャンプー

物販では、Googleの「Doクエリ」における検索順位が最も重要。



# Googleの検索アルゴリズムを活かしてさらに勝つ。②

現在のGoogle検索アルゴリズムのDoクエリにおいて、Amazonは無類の強さを発揮している。



Amazonで検索順位を伸ばすことは、間接的にGoogleの検索対策にもなっている。



Amazonでの検索順位を伸ばせれば、Googleの相互作用を活かし、更なる売上アップが可能。

◆ SECTION 4

YUNIGEマーケティングについて



# YUNIGEの強み

## Amazon専門コンサルタントが、御社のチームの一員として専属。



- ・指定の条件（個人セラーとしての実績 or 事業会社での売上実績）をクリアした者のみを、コンサルタントとして起用。
- ・独自のノウハウを活かし、御社の商材に合わせた施策のご提案が可能。
- ・コンサルタントが、より深く御社に寄り添う。メールのやりとりだけでなく、社内外との打ち合わせ等にも積極的に参加。
- ・「表示回数」、「クリック率」、「成約率」どの部分がネックになっているかを正確に見定め、精度の高い施策を実行することで売上の最大化に努める。

表示回数  
増加施策

クリック数  
増加施策

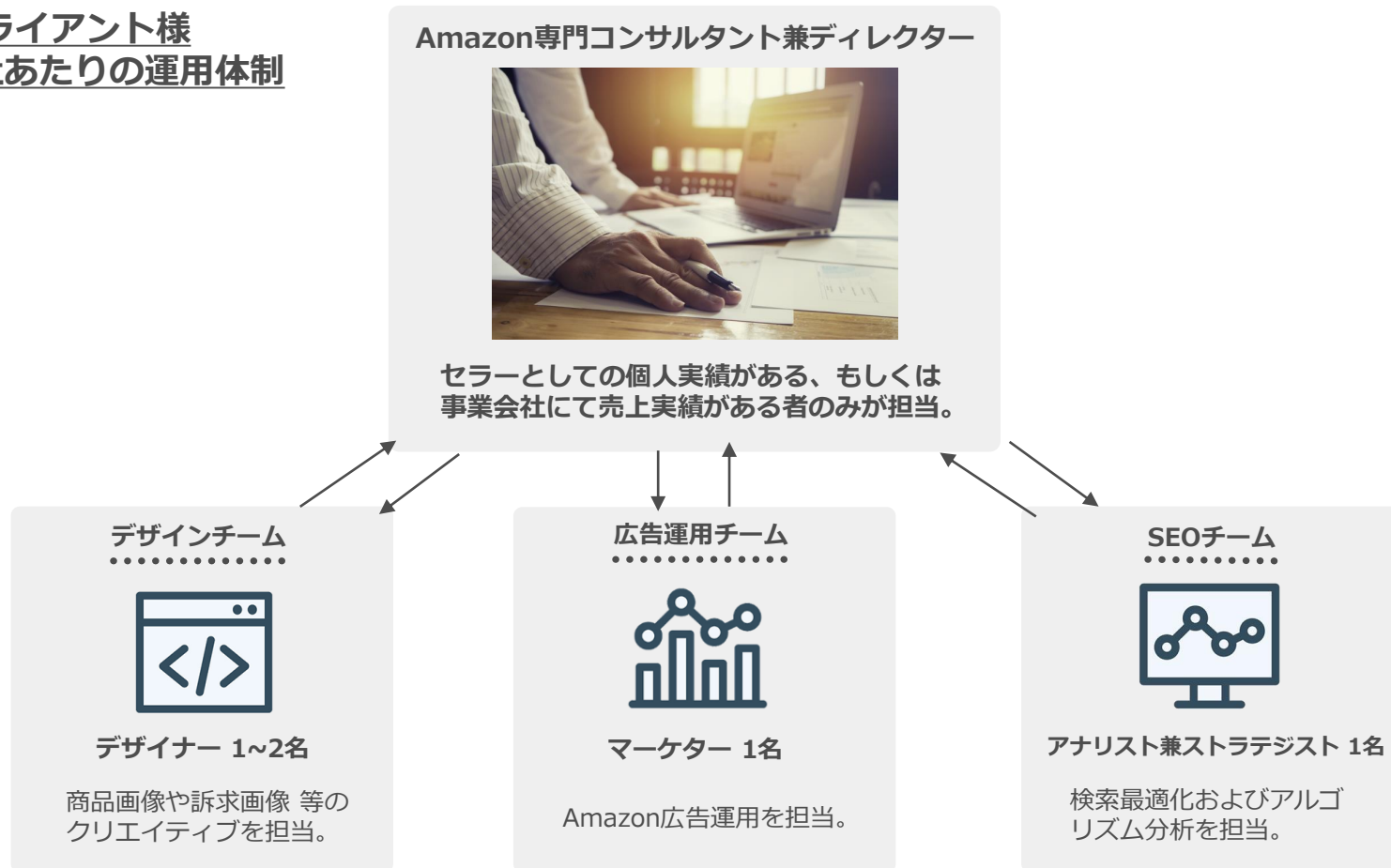
成約数  
増加施策

客単価  
増加施策

= 売上アップ

# YUNIGEの運用体制

## クライアント様 1社あたりの運用体制



クライアント様1社に対し、専属コンサルタント1名+3つの分野のチームを設置。  
各チームごとの連携・共有を密にすることでサービス品質を担保。

# YUNIGEの実績

## クライアント

美容系商材メーカー様

## プラン

コンサルティング+運用代行

## 契約時のミッション

- ・ロングテール商品の露出、売上アップ
- ・広告の費用対効果改善

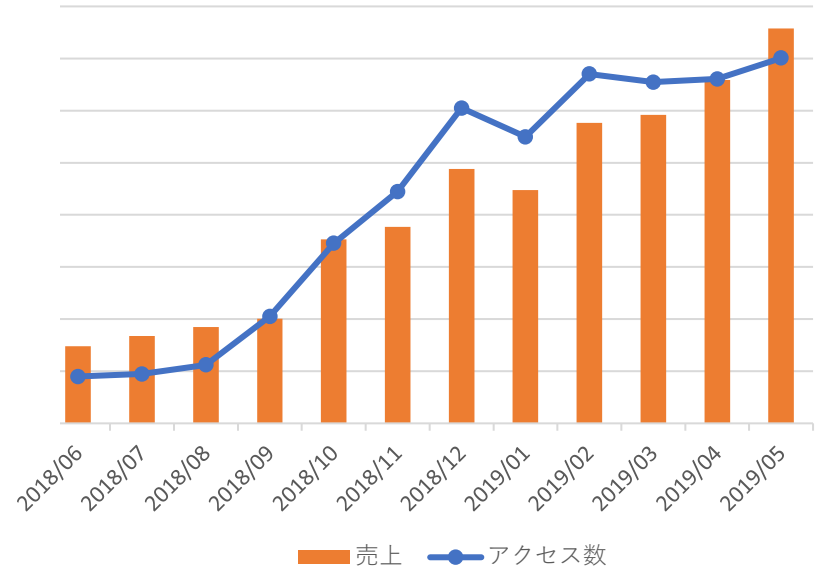
## 行った施策

売上が特定の商品に極端に集中していた為、それ以外の商品の売上をしっかりと作っていく必要がありました。

中身を見ると、それぞれの商品のメイン画像やサブ画像、Aプラスなどのコンテンツは、クライアント様の地道な努力でしっかり作り込まれておりましたが、**肝心の商品露出が全くされていない状態**でした。

そこで当社は、**課題は広告運用にある**と見極め、オートからマニュアルに切り替え、低クリック単価でも多くの流入をとれるよう、調整を重ねました。

1年後、同じ予算でも**広告の商品表示回数は16倍までUPし、売上も500%UP**を実現しました。



## 成果

- ✓ 売上約500%アップ！
- ✓ アクセス数約9倍アップ！
- ✓ 広告の表示回数が16倍アップ！