

件名：

ファーフェッチ画像の全面使用禁止について

こんにちは、小野です。

昨日は華の金曜日～♪

の中、げっそりした人は多いのではないのでしょうか？

ながく BUYMA をやっている方はご存知だと思いますが  
11月の時期は BUYMA 事務局から毎年恒例の爆弾が落ちます。笑

昨日は Farfetch の画像を使った出品について  
全面禁止のアナウンスが一斉送信されました。

セレクトショップ仕入れをやってる人、  
もしくはそんなにやってなくても  
Farfetch の画像を利用していた方からすると  
ショックな昨日だったと思います。

ちょっと前から注意が来てたと思うのですが  
今回全面禁止のアナウンスを一斉に出した感じですよ？

11月はなぜこういった BUYMA からの  
粛清が起きるのか？

というのも12月の年末商戦に向けて  
BUYMA も広告を打って新規顧客の獲得をします。

BUYMA のシステムを分かってない  
新規のお客様から注文がきますよね。

変なパーソナルショッパーがいると  
せっかくBUYMAが広告を打って集めた  
新規のお客様もリピーターになってくれないので  
BUYMAが望まないパーソナルショッパーは刈る。

というのが11月に肅清が起きる理由だと僕は思ってます。

ただ、影響がそこまでない人もいれば  
かなりショックを受けた人もいるでしょう。

BUYMA辞める人も出てくると思います。

おワタ＼(^o^)/

と。

ただ、9年間BUYMAをやってきた僕からすると  
今年の肅清はこれか〜という感じで  
さほど気にしてないです。笑

なのでBUYMA歴9年の僕が  
今までどんな肅清があったのか書き出します。

みんなの勇気になれば！と。

ちょっと長くなりますが  
BUYMAの歴史のお勉強だと思って読んでください。笑

◆二重ログインNG。アカウント停止  
→これはひどかった。笑

今だと考えられないですが

2012年のBUYMAを開始した当初、  
BUYMAの二重ログインはNGでした。

出品の外注化できんやんけ＼(^o^)/

これでアカウント停止祭りが起きてたくらいです。

だから出品パートナーさんに作業してもらうのは1人まで。

そして作業を始めるときは必ず  
「ログインします」「ログアウトします」の  
報告は絶対でした。

これ忘れて何かの拍子でログインする or されると  
さよおなら＼(^o^)/でした。

工夫をしてましたよね。

◆株式上場前の粛清  
→これもきつかったです。

当時 Bando 氏と結果を出すためにお互い頑張っていたところ、  
BUYMA 仲間がどんどん停止させられていく。。

株式上場前の審査の影響もあるのでしょうか  
少しでも思わしくないパーソナルショッパーは  
いきなりのアカウント停止。笑

BUYMA から排除されていました。

というかまだ BUYMA のルールもあまくて、  
ガバガバだったんですよね。  
平気で ebay 仕入れやってる人もいたし。

少しでもルール違反をしている

パーソナルショッパーがいたら  
容赦無くアカウント停止させられた時期でした。

◆梨花さんの画像 NG

→僕が BUYMA を始めた1~2年、  
梨花さんの着用したアイテムは  
なんでも売れるという時期がありましたよね。

当時はインスタグラムも浸透しておらず  
梨花さんがブログを更新する時間は  
パソコンに張り付く・・・みたいな感じでした。

Chloe の Alice のバッグとかめっちゃ売れたな〜と。

でも事務局から全体アナウンスで

「梨花さんの画像 NG」

のアナウンスが出されました。

まあ今ほどアカウントを狩る動きはなかったですけど  
梨花さん戦略やってる人からすると痛手だったのかなあと。

◆中村アンさんの画像・キーワード NG

→これ、今商品コメントに入れてる人もいますが  
中村アンさんの画像だけでなく、  
キーワードを使うの NG です。

過去の BUYMA 事務局からのお知らせにも載ってますよ。

これを知らずに今やっちゃってる人は  
いつアカウント停止するか分からないとまでは言わなくても  
出品全取り下げを行われるかという

危険と隣り合わせと思った方が良かったです。

◆雑誌画像 NG

→これも雑誌の写メをとって出品すれば  
受注率が上がるみたいな戦略があった時期がありましたけど・・・

まあこれも粛清が入りましたよね。

というか今も雑誌アプリの  
D-magazin の画像を切り取って  
スレスレのラインをいっちゃってるな～という方いますが、  
これも誰かに通報されたり、あと事務局さんに目をつけられたら  
該当ブランドの全取り下げとかを行われるリスクがあると思ってくださいね。

◆キーワード羅列 NG

→これも無法地帯な時期がありましたよね。・・笑

商品コメントに関係のなき芸能人や  
タレントの名前を入れること。

これも今もスレスレのラインを  
いってるな～という人がいます。

僕も昔事務局さんに怒られたことがあるのですが、  
これをやっていると

「～～日以内に全商品を編集しないと全出品取り下げを行います」

という粛清がきます。

アカウントを狩る時期にやっていたら  
いつアカウント停止になってもおかしくないですよ。

まあでも検索するお客様からすると  
本当に探したい商品にたどり着けないので  
迷惑極まりないですよ。反省してます。

検索したいお客様目線に立てているか？  
というユーザー目線、顧客目線を忘れないように。

無理やりアクセスを集めれたとしても  
それは「不満のアクセス数」かもしれないです。

◆購入者都合のキャンセル乱用の NG  
「コロナの影響で」のキャンセル乱用 NG

→これは今でもありますが、

元の買付先でも在庫がなかったけど  
お客様が事前に在庫確認をしなかったから！

という理由でお客様都合のキャンセルを選んで  
買付成功率を下げないようにしていると  
注意されるし、アカウント停止になる人もいます。

お客様都合の理由のキャンセルは  
本当にそうであるかどうか結構厳しい目で  
事務局さんに見られてますよ。

あとはコロナの影響で荷物が届かない場合は  
コロナが理由でと書いてキャンセルをしてください、  
その場合は買付成功率が下がらないようにします、

と事務局さんが言ったのを利用して  
「コロナが理由で」でキャンセルしまくって  
アカウント停止になった人がいると噂で聞いたことがあります。笑

変な活用の仕方をしてたらダメですよ。

◆複数アカウント NG

→BUYMA は1人1アカウントまでというルールがあります。

ヴィトンやエルメス、シャネル系のブランドを  
3アカウント使って大量出品戦略をやってる人が  
アカウント停止になったという相談をよく受けてました。

これは3年前だったかな？と。

特にヴィトンに関しては  
買付成功率に関して厳しくBUYMA 事務局の方がチェックしています。

複数アカウント作っている上に  
ヴィトンの買付成功率も悪く、  
キャンセル理由も「購入者都合」にしていると  
そりゃ目をつけられるますよ。

◆注文後の値上げ交渉 NG

→これは2年前ですかね。

注文後の値上げ交渉がダメになりましたよね。

もし元の買付先で買えずに値段が変わる場合は、  
すぐにキャンセルして、その後に案内してください、と。

これも何人か吊し上げられるように  
アカウント停止の報告を受けましたし、  
当時、不安なムードがBUYMA やってる皆に流れた時期でもありました。

今もBUYMA 事務局の目につくと  
取り締まられる対象になるので  
気をつけた方が良いですよ。

◆コロナで直営店仕入れおワタ  
オセアニア仕入れおワタ＼(^o^)/

→正直全部の直営店ではなく、  
直営店直送仕入れをやっていて  
直接店員さんと繋がっている方は  
買付できたブランドもありましたよね。

でも海外買付戦略のみだった人  
買付できなくなり厳しい局面を迎え  
国内買付やセレクトショップ仕入れを  
取り入れなければならないという事態に陥りましたよね。

オーストラリアやニュージーランドの人は  
荷物が日本に送れないという事態に陥り  
もはや売上が立たないという事態に。

なので仕入れ国や仕入れ方法、  
そして買付先を1つに依存しないという教訓を  
この時に大いに学んだと思います。

もはや今の BUYMA では  
必須になってきていますよね。

....

思い出すともっとあるでしょうけど  
思い出せる範囲で上記のような粛清が今までありました。

それぞれ対象は全員ではないですけど  
その都度、BUYMA を辞める人もいっぱい出てきました。

そして、今回の ファーフエッチ画像禁止の件です。



仕入先を隠すために画像を引用してた人もいるので  
正直きつい打撃を受けた人もいるでしょう。

うちのコミュニティでも  
昨日オンライン飲み会中に  
テンション下がっている方が数名いました。笑('v`)

今回で BUYMA 辞める人もいます。

ただ、こういったことは過去を振り返ると  
これまであった肅清の1つにしか過ぎないということです。

もう一回上記の歴史を振り返ってみてください。

いっぱいあったんですよ今まで！笑

それに今まで通用してたのに  
通用しなくなったというのは  
今回の出来事以外にもありますよね。

「市場の変化」もそうです。

それでも今でも BUYMA を結果を出しているのは  
変化できる人だということです。

「変化できる人が生き残る」

というのは、これまでも  
これからも変わらないだろうなど。

学び続け、共に進化していきましょうね(^\_^)