

【講座5】高視点からの仕入れ先の開拓

こんにちは、小野です。

前は国内買付けで
「ヴィトンを買い占める」というテーマで
国内買付けのお話をさせていただきました。

テーマだけ見ると
すごい内容みたいな感じですね。笑

国内買付けについてですが、

株主優待割引を得れるデパートに
BUYMA の人気ブランドが新たに出店したりと
国内買付けの利益獲得のチャンスって
以前に比べて広がっています。

一度も国内買付けをやったことがないと
「国内買付けって利益取れるの？」って
感じるかもしれませんが、普通に利益取れます。

むしろやらないほうが
勿体ないと思っているくらいです。

直営店のオンラインであっても
在庫がすべて掲載されているわけじゃ
ないですからね。

店舗にしか置いてない商品があるので
地方にお住いのお客さんの場合だと
自分でゲットすることができないのです。

そして日本国内の直営店であっても
以前は店舗間の取り寄せが
できなかったブランドが、

できるようになったりと
ブランドの方針が時代の変化とともに
変わってきているのを感じます。

ってことは国内買付けでの
利益を取れる可能性ってのも
さらに広がっているということです。

国内買付けのお話をした時に
「海外バイヤーは関係ないや」
って思ったら大間違いです。

アンテナの張っている
海外在住バイヤーさんは
都心部に買付けパートナーさんがいて
日本で買付けを行なっていて、
日本のお客さんに発送するってのを取り入れて、
バンバン利益を得ています。

つまりは海外に住んでいる人が
日本国内の買付けで利益を取っているということは、
地方に住んでる日本国内バイヤーも
国内買付けはできるってことなので

「あ～自分には関係ない」

と違ってすぐに可能性を遮断せずに
チャレンジして欲しいと思います。

国内買付けの1つの実例を
ブログ記事に掲載してますので
参考にさせていただければと思います。

■バイマを始めた初心者であっても
リサーチで売れる商品をたくさん見つける方法
<http://versleciel.net/onoakira/2017/07/16/research/>
(記事で紹介している商品は利益率は高くないです。)

さて、本日の本題に入っていきますが、
「高視点から派生させる仕入れ先の開拓」
というテーマでお話ししていきます。

購入者の T さんから下記のような質問をいただきました。

=====
私初心者なんですが、ショップスタイルで
仕入れ先が見つからないとき、戸惑ってしまっています。

ほかの仕入れ先を見つけた方がいいのですか？
他の出品を考えた方がいいのですか？

=====

この質問に関してお答えしますね(^_^)

まず仕入れ先の開拓の仕方を
ショップスタイルでしかやっていないならば
非常にもったいないです。

というのもショップスタイルは
ショップスタイルに載っている
仕入れ先しか出てこないからです。

ショップスタイルに載ってない
仕入れ先ってたくさんあります。

特にセレクトショップなんかがそうです。

ショップスタイルでは世界中にある
セレクトショップが出てこないのが
ほとんどです。

なので本当に一部の仕入れ先だけ
を見ているという状態です。

仕入れ先の開拓では下記記事を
ぜひ参考にしてほしいと思います。

【超保存版】BUYMA で仕入れを網羅する発見術
<http://versleciel.net/onoakira/2017/05/17/shiirematome/>

この記事ではまだ書いてないですが、
世界中のセレクトショップを検索できる
shoppingmap.it のサイトを使うと、
一気に仕入れ先の開拓もできます。

■shoppingmap.it

<https://www.shoppingmap.it/>

例えば検索のところで

「Saint Laurent」と入力すれば
Saint Laurent を取り扱っている
仕入れ先がたくさん出てきますよ。

初心者であっても

そこから脱していくためには、
ショップスタイル以外のサイトも
積極的に活用していきましょう。

そして、今回はせつかくなので
仕入れ先開拓能力を一気に上げる方法も
お伝えしたいと思います。

「仕入れ先が見つからない」と
仕入れ先の開拓を苦手とする人の
悩みを紐解いてみると、

「商品の情報が足りてないから
仕入れ先を見つけることができない」
というケースがあります。

例えば、人気商品の
サンローランのジャケットを
ライバル A さんから発見したとします。

そのライバル A さんの商品ページを元に
目当ての人気商品のサンローランのジャケットを
ショップスタイルで探します。

見つかりませんでした。

じゃあ次に Google 検索で探します。

見つかりませんでした。

終わり。

ってなっていないませんか？

これは非常にもったいないのです。

というのも、仕入れ先によって
商品名が若干違ったり、
型番の表記の仕方が違うという
事実をご存知でしょうか？

これ、すごく大事です。

そして仕入れ先によって商品名が若干違ったり、
型番の表記のさせ方も違えば画像ももちろん違いますよね。

つまり、Aさんの商品情報をもとに検索しても
Aさんの仕入れ先しか出てこない可能性が高く、
そこで完売してしまっていたら仕入れ先が見つけれない、

で終わってしまうのです。

なので僕が仕入れ先開拓で推薦しているのは、

同じ商品を扱っているライバルB、Cさんと
~~~~~  
複数の人をBUYMA内で見つけることです。  
~~~~~

要するに同じ商品を扱っている
ライバルを複数人見つけて、
その人たちから新たな情報をとる、というものです。

他のショッパーさんの商品を見つけるためには
具体的な商品名で検索しようとするのではなく、
「サンローランのアウトターカテゴリ」で検索をしたり、
「**Saint Laurent Jacket**」で検索をすることです。

つまり、検索の抽象度を上げることで、より多くの商品が検索にかかるよ
うにすることです。

そうすることで、今まで仕入れ先の開拓の際に検索には使ってなかった
別の情報を手に入れることができます。

図で書くとこんな感じです。

(「カテゴリの OUTER」 or 「Saint laurent jacket」などで検索)

Saint Laurent Jacket		
/		\
/		\
/		\
/		\
[A さん]	[B さん]	[C さん]
画像 1	画像 2	画像 3
品名 X	品名 X	品名 Y
型番一	型番一	型番二

(BUYMA 内)

今までは【A さん】 の出品ページをもとに
「品名 X」でショップスタイルで検索
「画像 1」で Google 画像検索、
「型番一」で Google 検索をしてました。

(※型番がサイトによって表記が違い検索結果の変わる話については
下記記事を参考にして頂けたらと思います。

■これだけは絶対抑えておきたい！「仕入先の開拓」の基本の 4 パターン

<http://versleciel.net/onoakira/2016/01/23/shiresaki/>

そして今回 BUYMA 内にいる同じ商品を扱っている

【B さん】、【C さん】を見つけ、

「画像 2、画像 3、品名 Y、型番二」

という情報を新たに入手できたことになります。

つまり

「品名 Y」で shopstyle 検索 or Google 検索、
「画像 2、画像 3」で Google 画像検索、
「型番二」で Google 検索をしてみると、

今まで見つけることができなかつた
仕入れ先を発見することができるのです。

そして、もし新たに見つけた仕入れ先で
画像と型番、もしくは品名が
これまでにないものであれば、
その情報をもとにまた仕入れ先を
開拓することもできますよね。

仕入れ先が見つからない！という人の多くに
1人からのライバルの情報だけで
四苦八苦している傾向にあります s。

けれども抽象度を上げて
より高い視点を持って見れるようになると
同じ商品を扱っている Bさんと Cさんを見つけて、
新たに仕入れ先開拓に必要な情報をゲットできるのです。

今回の方法を取り入れるだけでも
格段に仕入れ先の開拓力が上がりますので
参考にして頂ければと思います。

そして

「他の出品を考えた方がいいのですか？」
という質問に関して。

この悩みも分かります。

仕入れ先を開拓していくにあたっては
どうしても見つからない時もあります。

それは今日お伝えした方法を駆使してもです。

買ったクリームパンを
全部やけ食いたくなります。

そういう場合は

「最低限何分は仕入れ先を探すのに時間を費やす」
という感じでリミットを設けるようにしましょう。

これをせずに最初から諦めてしまうと
売上げ UP するための仕入れ先を
見つけることができません。

見つけることができないと
そこからショップとの関係性を築いていって
割引を得るきっかけを掴むこともできません。

なので、時間制限を設けて
今日お伝えした方法を含めて
限界までショップ開拓をして
どうしても見つからない場合は
次にいくようにしましょう。

参考になればと思います(^_^)

小野 明