

ヤフオクマニュアル-応用編-

基本的なノウハウにプラスして、より効果的、効率的に販売活動を行っていくための応用テクニックをお伝えしていきます。
見込み客の心理をデータから読み解いたうえで、応用テクニックを取り入れていき売上アップを目指しましょう。
これから解説する内容を、実践できる部分から上手に取り入れていきましょう。

◆注目のオークションの効果的な設定方法

ヤフオクに出品した際、自分の商品を目立たせたり、希望する価格で落札されやすくするために、「注目のオークション」
「太文字テキスト」「背景色」など、出品オプション（有料）を設定できます。

出品オプションを使用することによって、落札率や落札価格が変わることもあります。オプションを上手に活用し、より「見られる」、
より「高く買ってもらう」見せ方をしましょう。

出品オプションの中で、設定すると一番落札率アップが期待できるのが、「注目のオークション」です。

1日に数21.60円への掲載料を支払って、「注目のオークション」を設定すると、掲載位置を上部に移動でき商品の露出を増やしたり、より目立たせることができます。

注目のオークションは非常に有効な機能で、非常に多くのアクセス数を集めることが可能ですが、やはり商品自体に魅力があることが非常に重要です。その上で効果的にPRして、より多くの利益を得ていきましょう。

例えば、レインブーツのHUNTER 24cmのものをキーワード検索すると、該当商品が一覧で表示されますが、注目のオークションを設定している商品は、開催期間の残り時間に関わらず、検索結果の上位（上部の「注目のオークション」というエリア）に表示されます。

設定していない商品は、下部の「全てのオークション」のエリアに表示されます。

表示形式: タイトルと画像 | 画像 設定

表示順序: 人気+新着順

表示件数: 20件

人気+新着順

現在価格

即決価格

入札

残り時間

注目のオークション(詳細)



ハンターレインブーツ ブラウン 24cm NEW!

出品者: <評価>

カテゴリ ブランド別 > は > ハンター

1,300円

最低落札価格あり

1

1日

注目度 No.1

★ウォッチ



ハンターレインブーツ/ORIGINAL TALL/赤/W23499RED-5#12

出品者: <評価> STORE

カテゴリ ブランド別 > は > ハンター

1,010円

7

58時間

注目度 No.2

★ウォッチ

すべてのオークション



美品★HUNTERハンター★レインブーツ★UK5(24cm)

出品者: <評価>

カテゴリ ブランド別 > は > ハンター

3,700円

10

2日

★ウォッチ



【HUNTER】ハンター レインブーツ■チョコ:UK5(24cm) NEW!

出品者: <評価>

カテゴリ ブランド別 > は > ハンター

3,980円

3,980円

58時間

★ウォッチ



格安HUNTERハンターレインブーツUK5(24cm) NEW!

出品者: <評価>

カテゴリ ブランド別 > は > ハンター

1,000円

6日

★ウォッチ

お客様は、検索結果で表示された商品を上から下へ見ていき、自分も希望に見合った商品を探していく傾向があります。

そのため、上位に表示されると必然的に他の出品商品より目立つことになり、アクセス数を上げることが出来るのです。
 価格は入札制で、1日あたりに払う費用次第で、「注目のオークション」エリア内での表示順位が変わります。
 （上段に表示されたほうがアクセス数はあがる傾向にあります。）

上段に表示させるための費用は、出品した後に確認することが出来ます。

出品した後、商品画面の「注目のオークション設定」をクリックしたあと、「このオークションを注目させる」をクリックします。
 すると、現在いくら注目のオークションオプションに支払えば、何番目に掲載されるかを示したリストが表示されます。

オークション > ファッション > ブランド別 > し > ジミーチュウ > 靴

「注目のオークション」		
現在の表示順位	オークションID	金額/日
1	m11561222	50 円
2	m11561140	50 円
3	w93148528	31 円
4	176067821	30 円
5	k166836812	26 円
6	r108818428	25 円
7	u61780683	25 円
8	o15842878	25 円
9	t326088754	25 円
10	j249804218	25 円

上記の例の場合ですと、トップに表示させるには「51 円以上」入札しなければなりません。
 （現在のトップと同じ「50 円」で入札した場合、あなたの方が後に入札したので「2 番目」に表示されます。）
 高額な商品ほど、この注目のオークションにかかる費用は高くなる傾向にあります。

設定は、1日当たりの設定金額（最小の金額は1日 21.60 円から）を税抜で入力して出品します。
 ガイドラインの同意にチェックを入れ、その下の「確認」ボタンをクリックします。
 するとオークションの残り日数や、現在注目のオークションに支払っている価格から計算された費用が表示されます。
 確認したら、「金額設定する」をクリックし、設定を完了しましょう。

意点ですが、まれに、トップに留まっていたいが為に、2 番目と思いきりかけ離れた金額を入札されている出品者がいますが、数円単位の差で十分です。

出品の際は、注目のオークションの価格を必ずしも入力する必要はありません。
 むしろ、出品した後に、注目のオークションに、どれだけ払えばどの順位までリストが上がるのかを把握し、その後で注目のオークションを設定すればよいでしょう。
 また、設定する段階としては、「終了日の 2 日前」から入札し設定することをお勧めします。

ネットオークションに慣れている方は、少しでも安く商品を手に入れようと、様々な検索方法で、商品を探します。
 そのような、慣れているユーザーも上位表示の商品はチェックします
 し、なによりも「初心者」のユーザーは、検索してパッと表示された上位表示の商品をじっくり見る傾向があります。

まず目にとめてもらい、「この商品はどうかろう…」と、クリックしてもらうことが大切です。

上位表示というのは不思議なもので、「上位に表示されている」から、「人気の商品」→「お得な商品」

→「みんなが欲しがっている商品」→「確実に良い商品なのだろう」→「自分も欲しい」

→「みんなが入札しているから自分もしてみよう」→「入札」という、心理変化も起こりやすくなるのです。

新聞でも、まず大きな見出しが付いている記事が気になりませんか？「注目のオークション」は、その大きな見出しをつけたような効果があります。せっかく手間をかけて出品するのであれば、自分の商品を小さい記事の様な扱いではなく、トップニュースとして扱ってあげましょう。

■注目のオークションの表示順位について

商品の表示順位ですが、必ずしも一番上に表示されなければ効果が無いとも言い切れません。

落札者が検索した際に、一番初めの画面上に表示されれば問題ありません。

目安として、なるべく「トップ」か「2 番目」になるように入札するといいますが、基本的に「5 番目」位までに表示されれば、十分だと思います。

理由としては、検索結果で商品が表示された際、パッと画面に表示されるのが 3 番目あたりの商品まで、ほんのすこしスクロールして出てくるのが、5～6 番目あたりだからです。

無理にお金を払って 1 位に表示させるよりも、最大限に費用を節約して 5～6 番目に表示させるほうがコストパフォーマンスが高い場合もあります。

落札相場や仕入れ価格などから計算して、最適なオプション価格を設定しましょう。

◆難アリ商品を高値で売る方法

もし、汚れや破損部分があるから、保証書がないから、とって出品するのを諦める必要はありません。

「出品のタイミング」「商品の説明の書き方」「タイトルの書き方」「掲載画像」によっては、新品や、付属品が完璧に揃っている商品よりも、高値で売れる事があります。

「傷がるもの」「汚れているもの」「動かないもの」「破損しているもの」…などなど、自分からすれば、いらないものでも、他の人からすれば宝物に見えることもあります。

こういったことも、オークションの魅力のひとつです。

そういった、難がある商品でもスムーズに販売するための、ポイントを解説します。

■出品のタイミング

①他にも出品商品がある場合

様々な商品と同時に低価格出品する（目安 30 点以上出品時に有効）

様々な商品が出品されている事で、入札者も色々なタイプの方が集まってきます。

入札が入り、自分の出品ページがにぎやかになると、難あり商品が魅力的に見え、これも買っておこうかなとなり通常より高値落札されやすくなります。

②同じ商品なのに、新品と難あり商品の在庫がある場合。

新品の商品だけを先に出品し続け、新品在庫がなくなった後すぐに難アリ商品を出品します。

新品商品ですでに、見込み客の興味を十分に引いているので、新品を落札できなかった入札者が、難アリでも安く手にはいれればいいか…という心理になり落札してくれます。

③難アリ商品を単品で出品する場合。

単品で出品する場合は、アクセス数を増すのに限界があるので、必ず、「注目のオークション」設定をし、トップ～5 位以内の上位表示をさせます。

その際、商品の全体像ではなく「アップ写真」を、1 枚目に掲載するようにして、更に目立たせます。

そして、低価格の開始価格にして、たたき売り感を出し目立たせます。

こういった出品をすると、オークション終了ギリギリで競り合いになっていくことが多いため、低価格スタートに設定した方がより利益アップが見込めます。

■商品説明の書き方

難アリ商品の説明文は、通常の説明文とほとんど変わらない構成で構いません。

ただ、難の部分の解説を一文付け加える必要があります。

例「こちらの商品は、動作確認したところ全く動作しなかった為、ジャンク扱いにさせていただきます。

商品に関してして補償は一切ございませんが、格安にて出品致します。」

例「＊注意＊こちらの商品は、「新品・未使用」ではありますが、3 枚目の画像にありますように、5 ミリ程度の傷がございます。使用に全く問題はありますが、気になる方はご入札お控え下さい。」

この様に、状態を簡潔に分かりやすく説明すること、トラブル回避の為の一文を記載しておくことがポイントです。

■タイトルの書き方

タイトルは効果的なフレーズである「ジャンク」か「難アリ」どちらかを、一番先頭に付け加えて下さい。

例「【ジャンク】SONY バイオ＝＝品名＝＝＝型番＝VAIO」

例「■難アリ! ■トレンチコート黒サイズ M9 号 11 号」

検索時に入力するだろうと思われる、キーワードを全て盛り込む事が大切です。

構成は、以下のパターンにするとより良いです。

〔ジャンク or 難アリ〕＋〔ブランド〕＋〔商品名〕＋〔型番・サイズ・量〕

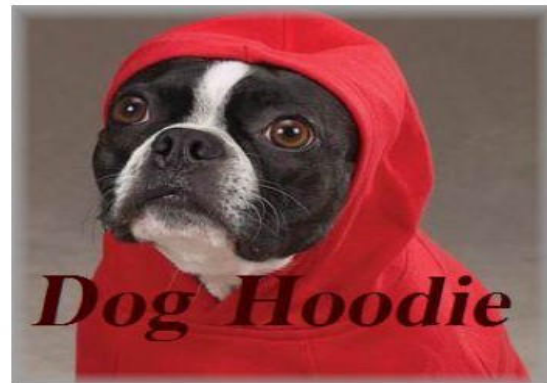
■掲載画像

画像は、難の部分「鮮明に」撮影する必要があります。

あまりはっきり写っても、入札が入らないかもしれない…という不安もあるかもしれませんが、正直に包み隠さず掲載した方が、断然入札数は増えますし、トラブル回避にもなるのです。

◆アクセスアップ画像掲載法

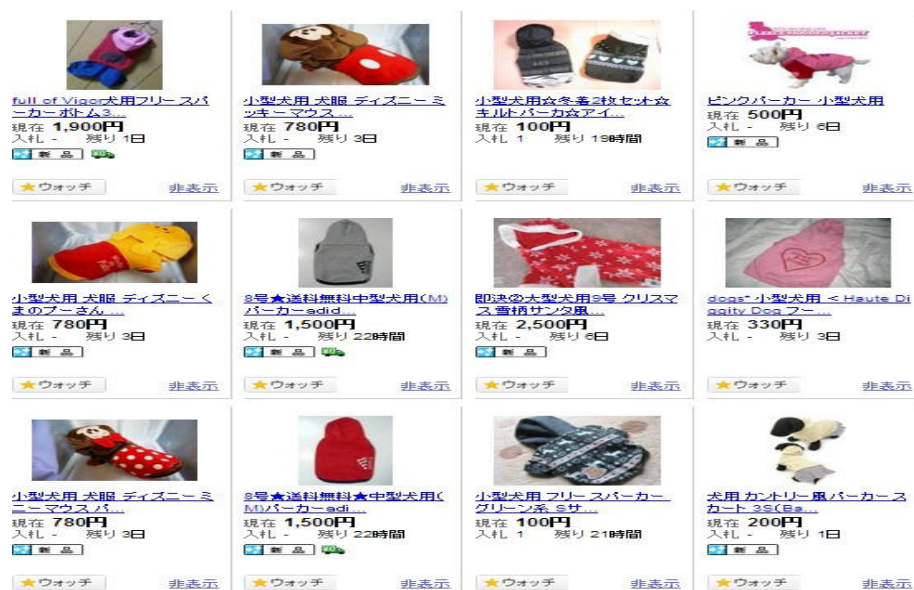
これらの写真は、「犬用のパーカー」を出品する際の写真ですが、左右どちらの写真の方が、インパクトがあると感じるでしょうか？



ほとんどの方が、右側の画像を選ばれたと思います。

ヤフオクでは、自分の出品商品を、見込み客の見つけてもらい、かつクリックして商品詳細を見てもらわないと、入札につながりません。そこで、いかに自分の商品を目立たせるかが重要になってきます。

商品を検索後の一覧では、ほとんどの商品が商品の全体像の写真を掲載しています。



そこで、自分の商品だけ目立たせる為にわざと2番目の「アップ写真」を、1枚目に掲載してみるといかがでしょうか。一覧で、ひとつだけ感じの違う写真があるとすぐ目立ちますので、クリックして商品詳細を見て頂くための効果的な、きっかけとなります。

また、アクセスアップの効果とプラスして、無地のシンプルなパーカーですが、「自分のワンちゃんにこれを着せれば、こんなインパクトのあるコーディネートになるんだ！」と、「購入後のイメージ」を、容易にしていけます。

それは、購入したいという欲求をかきたてることになるのです。

同じような商品が大量に出品されていて、見込み客が選択を迷いやすい商品ジャンルや、様々な工夫をしてもアクセスが伸び悩んだときなどに、この画像掲載法を取り入れてみると効果的です。たった1枚写真でも見込み客の心を一気に、わしづかみにできるため、

より商品を目立たせる為にも、このワザをぜひ活用してみてください。

◆複数カテゴリに同時に出品するコツ

同じ商品を複数在庫している場合、複数のカテゴリに同時出品することも選択肢として考えましょう。

一例として、プリンターの詰め替えインクを出品している業者さんのケースをご紹介します。

扱っているインクは汎用なので、色々な機種に使えます。オークションの場合、プリンターは機種ごとにカテゴリ分けされているため、それぞれのカテゴリに同じ出品を出品しているのです。

商品説明文を変えるだけで、商品画像や商品ページの構成は変えず、出品する手間を省く工夫をしています。

その他のメリットとして、出品中の商品が1個より複数個のほうが目につきやすいので、それだけ売れる可能性が高くなります。

ただ、同じ商品を同時に出品しすぎると、希少価値が下がってしまう可能性がありますので、適切な数を出品するように心がけてください。

また、ほかの例として、お財布兼ポーチのような用途がいくつかある商品は、「お財布カテゴリ」と「ポーチカテゴリ」に同時出品したり、ブランドの靴など、「ブランド名→靴カテゴリ」、「一般靴カテゴリ」に同時に出品するというように、お客様が商品を探す導線考えた上で複数の出品カテゴリを選択し出品する方法もあります。

注意点として、まったく出品商品関係のない商品カテゴリへの出品、在庫が1点しかないのに複数出品したり、同じ商品を同カテゴリに大量に出品することは、ヤフオクのルール違反ですので十分に気を付けましょう。

◆入札履歴のチェックポイント

「入札履歴」は、商品詳細ページの「入札件数」の右側から見ることができます。

ここから、どのような入札者がどれ位の金額で入札しているかなど、入札の動向を見る事ができます。

商品の情報

連絡掲示板(0)

取引ナビ

商品の情報



大きな画像を見る (全1枚)

商品説明を読む

【26時まで】会員なら1分(に1人)落札額実質無料

即決価格 : 38,500 円

残り時間 : 終了 (詳細な残り時間)

入札件数 : 4 (入札履歴)

いいね!

0

ツイート

0

チェック

需要がある商品を出品した場合、終了時間が近づいた頃に一気に入札が入ることが多く、始めの頃に入札していた方とは、違う入札者が高額入札し落札する事がほとんどです。

上記例の入札履歴のように、終了間際に高額で入札されていきます。

入札者の順位

すべての入札履歴

1ページ中1ページ目を表示(入札合計:10件)

入札者 / 評価	入札額	個数	最後に手動入札した時間
on ic / 評価:7<評価の詳細> 最高額入札者	24,000 円	1	9月1日 22時 27分
mi h111 / 評価:38<評価の詳細>	23,500 円	1	9月1日 22時 26分
bu vn2006 / 評価:338<評価の詳細>	21,500 円	1	9月1日 22時 21分
va 38298r / 評価:407<評価の詳細>	21,000 円	1	9月1日 22時 20分
sh nihonottigannbare / 評価:219<評価の詳細>	15,500 円	1	9月1日 20時 53分
ka k11105 / 評価:210<評価の詳細>	5,000 円	1	8月30日 23時 15分
re 728mwa / 評価:17<評価の詳細>	4,900 円	1	8月31日 10時 14分
td 28 / 評価:8<評価の詳細>	2,700 円	1	8月31日 01時 9分
ek n / 評価:116<評価の詳細>	2,500 円	1	8月30日 22時 56分
on imin / 評価:136<評価の詳細>	10 円	1	8月30日 22時 32分

1ページ中1ページ目を表示(入札合計:10件)

このような形で落札した落札者は、確実に商品を必要としているので、取引や送金も迅速でスムーズであることが多いです。逆に、オークション開始時に入札してくる方は、「〇〇円位の安い価格だったら買っていいかなあ」とあいまいな意思からか、相場以上の価格で入札はしてきません。

また、事前に細かいサイズや、送料などの質問をしてくる方は、入札をしてくるものの、落札に至らないことが多く、商品代や送料を値切ってくる方はほとんど、落札することはありません。

特に高価な商品を出品している場合などは、オークションが終了するまでの間、何度か入札履歴を見るようにするといと思います。

リピーターさんが入札してくれている事がわかったり、評価内容があまりにも悪い方は事前に入札を取り消したり、入札の動向を把握し対処する事ができます。

また入札の入り具合や、アクセス数、ウォッチリスト登録数で高額で落札されるかどうかにも予測できます。

まれに、悪い評価が多い人がギリギリで入札してくる事があり、入札の取り消しができないまま落札される事があります。取引ができたとしても、取引ナビの投稿内容はかなり無愛想のことが多く、入金が遅れる事、連絡が遅れる事もよくあります。また、評価の悪い方は、出品者に対して厳しい指摘をしてくる場合があり、いつもより丁寧な対応が必要になることがあります。例として、「送金が遅れたにも関わらず即日発送していないと怒ってくる」「取引ナビの返信が遅れると怒る」「商品の細かい点に何癖をつけてくる」。

以上のような事が起こるので、評価を見てトラブル経歴がある落札者には、はじめから丁寧すぎる文面、分かりやすい文面の取引内容を提示し、即発送、即連絡をします。

そうすると、態度の悪い落札者でも、難癖をつけることなく、取引が進むにつれ、態度がどんどんよくなり最終的に、こちらに良い評価をつけて、ナビにも取引が満足した事を書いて送ってきてくれることもあります。

このように、不安要素を持った相手との取引は、最後まで何が起きるかわかりませんが何か起こっても、威嚇するような態度や怒った態度は見せずに、たんと丁寧に進めていきます。

また、ヤフオク初心者の方や、年配の方は取引の仕方が分かっていなかったり、パソコンが十分に使えない為に、直接電話をかけてくる事があります。

だいたい「送金できました」「送金が遅れます」「住所を職場に変更して下さい」「ラッピングお願いできますか」など、数分の話で終わる内容です。このような時も、電話がかかってきた！と驚かず、丁寧な対応を心掛けましょう。

◆商品説明文の注意書きについて

出品商品の数が増えれば増えるほど、作業が煩雑になり、落札者の対応にも限界が出てきます。
そういった時に、うっかりとミスをおかしてしまうものです。

例えば、落札商品と違うものを送ったり、連絡をしていなかったり、商品を送り忘れていたり、荷物の追跡番号を記載ミスしたり、うっかりでは済まされないミス・・・など。
ミスした事で相手に迷惑をかけ、ただでさえ煩雑になっている仕事が、更に増えてしまうという悪循環になってしまうのです。

当たり前ですが、複数の方との取引は全て同じ取引内容ではありません。
発送方法を変えてほしい、発送先を変えてほしい、送金が1週間後になる、すぐ必要だから今すぐ発送して欲しい、梱包はこうして欲しい、メンテナンスはどこで受けてくれるのか・商品はいつ届くのか・・・などなど、取引が増えれば増えるほど、こういった申し出の対応で手いっぱいになってしまいます。
中には、無理難題を要求してくる落札者もいます。

そこで、事前に自分が手間をかけたくない部分や、避けたい部分を明確にする事をする事をお勧めします。
明示することで、そういった事態を少しでも回避することができます。

では、商品説明に記載する内容例を、いくつか挙げていきます。

「商品のサイズは、自己採寸につき多少の誤差はご了承下さい。」

「あくまで自宅保管です。」

「中古品の場合、事前に商品状態をチェックしていますが、汚れなど見落としがあるかもしれません。ご了承下さい。」

商品を受けとった後に、細かい点まで指摘してくる方がいますので、その防止の為の一文です。
商品の状態など、受け取る側によってとらえ方は様々ですが、商品に対し必要以上に期待している方もいるのです。

ですので、状態が良い商品でもこういった一文を入れるようにしています。そうする事で受けとった側は、思っていたよりも良い商品を購入できたと、逆に喜んでもらえ、わざわざ喜びの連絡をしてくれたり、評価に投稿してくれたりします。
こういった方の多くは、リピーターになって下さいます。最低限の注意、お願い事は書いておいても良いでしょう。

下記の文面は、多くの出品者が記載していますが、必要に応じて記載しましょう。

「新規の方、悪い評価が1以上付いている方は入札前に質問欄から入札の意志を連絡下さい。」

「ノークレーム ノーリターンをお願いします」

「神経質な方はご遠慮ください」

「落札後24時間以内に必ず連絡の取れる方、3日以内にご入金可能な方のみご入札下さい。」

注意点としては、上記のような入札や取り引きを規制する内容を、記載しすぎないということです。

オークションは、興味がある商品を探している方が多い為、購買欲を冷めさせないようにする必要があります。

注意書きを増やしてせっかくの販売チャンスを阻害してはいけません。

「商品に不備が無い場合以外、サイズが合わなかったなど、お客様都合などでの返品・キャンセルは受け付けていません。ご了承下さい。」

返品・キャンセルに関する特記事項です。この一文を記載していても、返品やキャンセルがある時はあるので、必ず記載すべき内容ではないのですが、トラブルになった時、自分の取引内容を主張できます。

「本州・・・送料〇〇〇円 各地域・・・送料〇〇〇円」

「送料全国一律〇〇〇円（北海道・沖縄・離島含む）」

「複数落札の場合も一律送料〇〇〇円です。」

「〇〇〇宅急便で発送致します。（補償あり・時間指定可能・日にち指定可能）」

「その他発送方法は対応していません」

「平日に発送業務を行っております。」

送料についての、特記事項です。送料を明確にしていないと、質問欄から問い合わせが多数きますので、なるべく詳細を記載するようにしましょう。宅急便の場合、地域ごとに送料を記載した方が喜ばれます。

また、一律料金にする場合は、複数落札した場合の対応金額も明記します。

全国一律と記載しても、離島の方は心配して質問欄から再確認してくる場合がある為、明記しておきます。

必要があれば、補足事項として、配送会社と、配送サービスの案内や、発送に関する対応内容を明記しましょう。

以上、いくつか例をあげましたが、これら内容は、すべて記載する必要はありません。

出品商品や、取引スタイルに合わせて、必要があれば記載するようにしましょう。

取引をスムーズに進められるように事前に対策をとることで、面倒な手間をかけず落札者ひとりひとりに十分な対応ができるようになりますので、ぜひ参考になさってください。

◆統計情報で動向を読み解こう

オークション販売は、単純な作業の繰り返しですので、出品に慣れてくると、学習した効果的な販売テクニックなどを用いず自分の感覚だけで出品をおこなってしまいがちです。

お客様の動向やライバルの動向、商品の見直しなど行わず出品作業を続けてしまうと、些細なことで行き詰ったり、思うように売上が上がらなかったりします。

オークションでなかなか成果があがらない方は、改めて自身の出品スタイルの見直しをしましょう。

出品商品のアクセス数や、入札の入り方の違いを読み解いたり、より入札がはいるようなテクニックの実践はできていますか？商品の再出品だけをとってみても、売れなかったら単に再出品というのでは、売れる時期を大幅に逃してしまい、最悪の場合売れ残るといふ結果になります。

ですので、商品の売れ行きが悪くなってきた場合の対策も、状況を見極めて必ず講じていく必要があります。

また、お客様の動向分析も重要ですが、売上を拡大する為にも、ライバルの動向にも目を向ける必要があります。成果が思わしくない場合、戦略的要素が抜け落ちていることが多いので、動向の分析、ライバル対策、安定的に利益を出すテクニックなど、戦略的セオリーのいくつか解説します。

出品した際に、アクセス数やウォッチリスト数などの「統計情報」が表示されます。

オークション開催中にこの統計をチェックすることで、商品の人気度や需要を把握する事ができますので、商品を出品した際は必ず確認するようにしましょう。

いくつかパターンをご紹介しますので、これらの「視点」を参考になさってください。

このオークションの統計情報	このオークションの統計情報
アクセス総数 : 22184	アクセス総数 : 1195
ウォッチリストに追加された数 : 18	ウォッチリストに追加された数 : 15
友だちにメールを送られた数 : 0	友だちにメールを送られた数 : 0
違反商品の申告をされた数 : 0	違反商品の申告をされた数 : 0
➡ 出品者への質問 (回答済み:3)	➡ 出品者への質問
➡ 出品中の商品	➡ 出品中の商品
➡ 評価一覧	➡ 評価一覧

上記2件場合は、アクセス数が2万件以上・1千件以上もあります。

- ・もともとかなり需要のあるカテゴリである
 - ・タイトルに使用したキーワードが、需要のあるキーワードである。
- という事がわかります。

しかし、ウォッチリスト数が10台と少なめですので、カテゴリ・キーワードが良いに関わらず、商品自体にあまり魅力がなかった、価格設定が相場に合っていなかったなど、需要から少しズレていると考えられます。

このことから、この商品と同じキーワードを含んだ商品は需要があることがわかるので、その中で高額で落札されている商品を調べれば、需要からズレていない商品を見つけられます。

オークファンで落札商品を検索し、その中で高額で落札されている商品はこういったものが調べて、次の仕入れのヒントにしましょう。

このオークションの統計情報	このオークションの統計情報
アクセス総数 : 693	アクセス総数 : 227
ウォッチリストに追加された数 : 21	ウォッチリストに追加された数 : 26
友だちにメールを送られた数 : 0	友だちにメールを送られた数 : 0
違反商品の申告をされた数 : 0	違反商品の申告をされた数 : 0
➡ 出品者への質問 (回答済み:なし)	➡ 出品者への質問 (回答済み:2)
➡ 出品中の商品	➡ 出品中の商品
➡ 評価一覧	➡ 評価一覧

上記2件のように、数百のアクセス数と、20以上のウォッチリスト数があれば、商品のリサーチ通りの落札相場額までの入札は期待できます。

このような場合は、落札されないという可能性は非常に低く、予想通りの安定した金額で落札される可能性が高いため、開始価格を低価格にしても問題ない商品だといえます。

終了間近で競り合いが起こり、「相場を上回る金額で落札される」時というは、このような数字がでていることが多いです。

上記のような統計に変動してきたら、落札価格を期待し動向を見守りましょう。

また、「相場を上回る金額で落札される」パターンとして、上記例のような数字が出ていて

- ・終了間近なのに入札がはいっていない、もしくは入札額が少ない。
- ・出品後すぐに、高額の入札が入った。

このような場合は、高額落札される確率が高くなることが多いので、期待大です。

このオークションの統計情報

アクセス総数	: 547
ウォッチリストに追加された数	: 3
友だちにメールを送られた数	: 0
違反商品の申告をされた数	: 0

⇒ 出品者への質問

⇒ 出品中の商品

⇒ 評価一覧

こちらは、アクセスが多い割に、ウォッチリスト数が1桁です。

カテゴリやキーワードからアクセスが集まっていますが、入札の伸びや高額入札は期待できないパターンです。

しかし、このようにウォッチリスト数が少なくても、アクセス数が多いので間違いなく需要はあるはずです。

ここで、考えるのは「商品の状態が悪い」「人気の色・形・素材ではない」「写真で商品状態が分かりづらい」「商品価格が相場に合っていない」・・・など、細かい部分で、避けられてしまっているのではないかという事です。

こういった統計データがでている場合、再度商品について検証する必要があります。

以上、3つのパターンを解説しましたが、その他お客様の動向として以下のようなことがあります。

即決価格を設定している場合、アクセスやウォッチが伸びなくても、即決で落札してくれる場合があります。

極端に言えば、購買意欲の高い方が、「たった一人」見てくれれば、落札してもらえるのです。

アクセス数が10以内、ウォッチリスト数0でも、即決落札されることもありますので、アクセスがある限りウォッチリスト数が伸びなくてもあきらめる必要はありません。

そして、入札額が低くても、終了の1秒前まで、どう展開するかわかりません。終了の1秒前に入札が入り、延長戦で競り合いになり結局予想以上の高額で落札されることもあります。

しかし、このような結果をだせるのにも条件があります。

それは、「需要があるのに、供給が間に合っていない」商品であるということです。

ひとつでも、そういった商品を見つける事ができれば、大変な利益を生み出すことが可能です。

また、「有料オプションを多用したり、説明や画像に力を入れる必要があるのではないか？」とお思いになるかもしれません。

「写真撮影」や「商品説明」の段でも書きましたが、特別な技をつかって完璧にする必要はなく、「視覚的」にわかるシンプルな文章で、商品状態が正確に分かる写真を使うだけです。

また、有料オプションは「注目のオークション」を使用するを推奨します。

この様な、需要があるのに、供給が間に合っていない商品の、見分け方または見つけ方、そして入手方法は、後ほど詳しく解説させていただきます。

◆ライバルより高値で売る方法

販売活動が続けるにあたって、より多くの利益を得るためには、ライバルの対策が必要になってきます。
ライバルより先に落札されたい、高値で落札されたい…といった思いは、誰しも感じることです。
そこで、今回は、ライバルとしてよくあげられる、ストア出品の対策を解説します。

ストアと個人が、全く同じ商品を同じ送料で出品していたとします。あなたは、どちらから購入したいと思いますか？
それぞれの評価や画像を見て、様々な角度から検討すると思います。
実際のデータで見ると、個人出品が圧倒的に多いので、個人出品の落札率の方が高いようです。
しかし、その中でも、ストアの方が安心して取引できるという事で、ストア落札する方も非常に多く、その中でも、高価な商品の場合、その確率が高くなるようです。

しかし、個人出品でも、ストア出品より高値で売る方法があります。
その方法は、「見込み客に安心感・信頼感・お得感をアピールする事」、「専門店化する事」です。

■手元にある商品を撮影し安心感を与えよう

ストア商品の場合、メーカーが用意している画像を使用している場合が多く、本当に出品者の手元に商品があるのか不安になるユーザーがいます。
例えば、明らかにドロップ SHIPPING（注文が入った時点で、販売者が商品を発送せず、メーカーや卸売り業者から直接購入者に発送させる取引方法）で商品を販売しているストアは、同じ商品画像を使って大量に出品していることが多いので、不安感を感じ敬遠されがちです。
そこで、出品者が自分で撮影した商品画像であれば、商品が手元にあると感ぜられるので、詐欺や発送遅れ等の不安要素をクリアにできます。

■違った角度で商品を撮影してみましょう

商品画像を一覧表示してみると分かりますが、どの商品画像も同じ角度、同じバランスで撮影している事が多いです。
そこであえて、商品の角度を変えて撮影した画像を掲載すると、目にとりやすくなり一気にアクセス数が増えるのです。
例えば、商品の右側を手前にして撮影している画像が多い場合は、左側を手前にして撮影するといった、ほんの少しの違いでアクセス数が変わってきます。

■付属品・アピール部分のアップ画像を掲載しましょう

ストア出品の場合、商品はきれいに撮影しているが、箱や保証書など付属品などが画像掲載されていない事がよくあります。
付属品や、商品のポイントなどは必ず、1枚の画像に収めるようにします。
出品ページを見てくれた方は、商品説明はあまり読みませんが、必ず画像は見ますので、画像だけで商品の全貌が分かるようにする必要があります。これで、安心感や信用度が一気に増すのです。

■開始価格や即決価格を安めに設定してみましょう

ストア出品の場合、ほとんどの場合落札代金に消費税が上乗せされます。また、個人出品に比べ、開始価格や即決価格が少し高めに設定されていることが多いのです。
そこで、ストア商品よりも、ほんの少しお得に落札できるように設定しましょう。

低価格スタートにしていると、注目が集まりやすく入札数が増えるので、「この出品者の商品は人気がある」「安く落札できそうだ」と思ってもらいやすく、見込み客の入札の動機となります。

また、即決価格を、相場より 100 円～1,000 円安めに設定してみましょう。

ほんの少しでも、安めの即決価格設定している場合、お客様の心理として、入札で競り合ったとしても即決で落札しても、どちらにせよ安く手に入るのではないかと感じる為、見込み客の入札の決め手となります。

その為にも、即決価格自身の希望額ではなく、相場を丁寧に調べて相場に沿った金額に設定する必要があります。

■注目のオークションを設定し自分の商品を上位表示させよう

同じカテゴリに出品する商品が複数ある場合、出品した全ての商品に「注目のオークション」の入札をかけ、上位に表示させます。そうすると、検索をした方がまず目にするのはストアの商品ではなく、ずらりと並んだあなたの商品になります。これだけでかなりのインパクトがあり、アクセス数が飛躍的に増えます。

この方法の注意点は、全く同じ商品ではあまり効果がありません。

同じものでも、素材違いや色違い、形違いなどの商品を同時に出品する場合に効果的です。

上位にずらり表示するのは、見込み客の手間を省く意味もあります。

「出品者のその他のオークション」をわざわざ見なくても、一気に関連した商品が表示されているので、お客様が自分の希望のものをズバリ見つけやすくなります。

逆に、「この出品者は関連商品を、たくさん出品しているな。他にどんな物を出品しているか少し見てみよう！」とアクセスにつながります。また、まとめ買いにもつながりやすいのです。

■商品説明は簡潔に、背景はダークカラーで際立たせましょう

ストア出品の場合、商品説明欄には、取引内容が細かく記載されていたり、派手な色で構成されていることが多い為、商品説明は簡潔に分かりやすく記載し、商品テンプレートの色を黒や紺、深緑など暗めの色にすることをお勧めします。

商品を撮影する際の背景紙の色も、黒や茶などのダークカラーを使用すると、落ち着いたイメージになり商品の質が良いように感じます。

■タイトルに入荷数、在庫数など数量を表示しましょう

他の出品商品よりアクセスを集めるために、商品タイトルにも工夫をこらしましょう。

「残り 1 点！」「ラスト 1 セット！」「2 点のみ再入荷！」「今後入荷予定なし！」などの、希少性をアピールします。

この表示をすると、早い段階で入札が入ったり、即決で落札してもらいやすくなります。

市場でも人気の商品を扱っている場合、ラスト 2 点からラスト 1 点になった時点で、即決価格を相場より少し高くしても OK です。

■ストアの平均送料より安い送料を設定しましょう

ストア出品の場合、送料が高い、出品者指定の配送会社しか選択できないという点が、見込み客から敬遠される部分でもあります。

そこで、「送料を安く設定する」「発送方法の選択肢を増やす」という 2 点に力を入れます。

ライバルよりも 50 円でも安く送料を設定したり、定形外・メール便・宅急便など多くの発送方法に対応したり、遠方の方の送料負担を少なくするために全国一律料金に設定したりなどの工夫をしましょう。

送料を安く設定している場合は、大きなアピールポイントになりますので、必ず目立つように表示します。

また、「送料無料」にする場合は、タイトルに必ず記載するようにしましょう。

配送業者との契約で、発送料金を通常より安くできれば、自分が負担にならない程度で、落札者に喜んでもらえる発送方法が提示できると思います。

■即日発送にしましょう

ストアで落札した場合、発送まで時間がかかることが多い為、即日発送や翌日発送に対応している場合、落札者に非常に喜ばれます。素早い対応をする事で確実に良い評価をもらう事ができ、信頼度がアップします。

■丁寧な対応を心がけ評価内容を充実させましょう

入札を考えている人の多くが、出品者の「評価」を判断材料にしています。

評価の数も多い方がいいですが、もっと大事なのが「評価の内容」です。

「ありがとうございました」という一文だけでなく、「素早い対応」「きれいな梱包」「丁寧な対応」「商品の状態が良い」「信頼できる出品者」「大変気に入った」などのコメントが数多く投稿されている出品者の方が、入札されやすくなります。

入札者が、商品や送料を見て入札する商品がある程度決めた上で、最後の決め手になるのが信頼できる出品者かどうかという点です。ストアでも評価の内容が悪いこともありますので、信頼できるという点であなたが優位に立てるよう丁寧取引を重ねていく必要があります。

◆過剰在庫を売り切る方法

出品を続けていると、少なからず売れ残りがでてしまう事があります。

また、販売するタイミングを逃したり、見当違いの仕入れをして在庫を抱えてしまい処分に困ってしまったという場合におすすめの出品方法です。

このような場合、売れ行きが悪くなったと感じた段階で、まず同じ出品条件で、2回再出品しても売れ残るか検証してみてください。特に値下げはしなくても構いません。

それでも売れなければ、3回目に「1円～10円～100円～」など、開始価格を一気に低価格スタートにする事をお勧めします。

それでも売れない場合は、様々な商品と同時に低価格スタートで出品してみましょう。

(目安 30点以上出品時に有効。多ければ多いほど良いです。)

一番効果的なのは、同時に出品する中に、必ず売れると実証済みの商品を含む(どのような商品ジャンルでも構いません)ようにすることです。

売れ筋商品を同時出品する事で、売れ残り商品が活きてきます。

また、自分の出品物を売れ残り商品から、売れ筋商品へシフトしやすくなります。

売れ筋商品を出品している場合、見込み客は「出品者のその他のオークション」をクリックし、この商品以外にも素敵な商品を出品していないかなあと、出品商品に目を通してくれるのです。

断然アクセス数が増えますし、つい買いを考えてもらえるのです。

様々な商品が出品されている事で、入札者も色々なタイプの方が集まってきます。

入札が入り市場がにぎやかになると、売れ残り商品が魅力的に見え、これも買っておこうかな？
という心理が働き、通常より高値落札されることもあるのです。

また別の方法として、売れ残り商品に関連した「売れ筋商品」を同時に出品するのです。

この方法でしたら、今まで売れなかった商品もかなりの確率で落札されます。

また注意点として、すべての場合においてなるべく、「注目のオークション」に入札をかけ、5 位以内に表示されるようにしましょう。

しかし、ヤフオクでも売れないものは売れません。

開始価格 1 円～や 10 円～等で低価格スタートして、なおかつ様々な対策をとっても、予想を大幅に下回る価格でしか売れなければ、その商品は今後もそれ以上の価格で売れない可能性が高いと思われます。

「商品代 1 円で、送料も負担しますから落札して下さい」といっても、いらない商品に 1 円でも支払いたくないのがお客様の気持ちです。

そういった場合は、早い段階で「見切って」、予想を大幅に下回っても一気に販売してしまう事をおすすめします。

売れない商品に時間をかけるより、売れる商品に手間と時間をかけるようにするべきです。いち早く売れる商品を見つけて、巻き返しましょう。

商品ごとに撤退基準を決めてみましょう。

撤退基準は、商品を仕入れた段階で、ある程度決めておくことを推奨します。実際に、商品の売れ行きが悪くなった際に、その状態を放置せず、撤退基準を元に、その状況に合わせて対策をとるように心がけてください。

応用編の解説は以上となります。

応用編の内容をもとに、現状の出品商品の動向を分析し、状況に合わせたテクニックを実践し効率よく利益を拡大していきましょう！

<著作権・使用許諾許可書・免責事項について>

- ・本書は著作権法で保護されている著作物です。本書の著作権は、全てネオ便利屋スクールに帰属致します。
 - ・本書に掲載されている文章、写真、その他著作物を無断で使用、第三者に公開流用することを固くお断りいたします。
- この規定に違反した場合、法的手段による解決を行う場合があります。
- ・ネオ便利屋スクールは事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。
 - ・お客様が当コンテンツをもとに活動された上での損害に関しては一切関与しません。それらのいかなるリスクに対して責任を負いかねます。
 - ・当コンテンツの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、ネオ便利屋スクール及び業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。