

クラウドファンディングプロジェクト プロジェクト獲得～中たるみ対策まで

田仲

OMP

Jun.2021

アジェンダ

☑ 自己紹介

1. クラファン獲得～メーカー交渉

余談) 食品衛生法の試験

2. 事前集客プラン: ティザーサイト、LP作成

3. 最初の2週間での売上UPで効果があったこと

4. 中だるみ時期の対策での効果・成功と失敗

自己紹介

- ☑ メーカー会社勤務 開発 7年
- ☑ 営業会社 営業 6年
- ☑ マーケティング会社 MKT 12年

週に4日間出張(月午後～金夜)、自宅にいるのは金曜の夜から月曜の朝まで。年間200日出張の生活、週末以外家に居ない生活を20年以上続けていました。

典型的なジャパニーズサラリーマン

- ☑ コロナのお陰で
 - ▶ 働き始めてはじめて家族で毎日一緒居られます。感謝
 - ▶ 物販経験ゼロでOMPをスタートできました。

1. クラファンの独占契約獲得～ メーカー交渉まで

1-1. OMP半年活動結果まとめ

1-2. メーカー交渉ポイント

1-3. メーカーとテストマーケティング合意

1-1. OMPスタートしてから半年間の結果

当初目標： クラファン売上 250万円(利益率 25% 利益 60万円)

	メール	返信	交渉	交渉中	独占契約	クラファン
6か月間	269	29	12	3	1	2
1か月毎	44.8	4.8	2.5	0.5	0.2	0.4
率		11%	4.5%	1.1%	0.4%	0.8%
Makuake						2291万円/60日
CAMPFIRE						310万円/25日

- メール 269件(月約45件)で1件の独占契約。
 - クラファンは2件(マクアケ済、キャンプファイヤー 6月実施中)
 - 交渉中が3件
- ↓
- 月に50~100件 送れば1~2件の独占契約が取れる可能性あり

1-2. メーカーの独占契約の獲得について

- ☑ 交渉4社しましたが、そのうち1社Cuitisanはほれ込み。
- ☑ どうしても独占契約がほしかったので猛アプローチ
- ☑ 2週間でメールを7件送って返信無し。

- ☑ 相手の母国語で2件メール。
- ☑ ついに返事獲得！！



- ☑ その後、他の案件でも母国語メールは5回やって返信は3回もられました。返信率は60%です。(タイトル重要)

제목 : CNT 제 Cuitisan 상품의 관한 문의



CNT Cuitisan님께

안녕하세요.

저는 다나카 나나라고 합니다. Aile-Ange 라는 회사를 운영하고 있습니다.

우리 회사는, 일본에서는 아직 잘 알려지지 않은 해외의 독특한 제품이나 매력적인 상품을 일본내에서 소개, 판매를 하

우리는 일본내에 여러가지 판매 채널을 가지고 있어 대기업 체인 판매점, 소매점, EC 사이트 등에서 판매가 가능합니다.

저는 어떤 크라우드 펀딩에서 귀사의 제품인 Cuitisan 시리즈를 보고 큰 관심을 가지고 있습니다.

그리고 저는 Cuitisan 에게 매우 감동을 받았습니다. 이런 제품은 저는 본 적이 없습니다.

훌륭한 제품이라고 생각합니다.

꼭 이 제품을 일본에서 소개하고 싶습니다. 판매를 하고 싶습니다.

일본에서도 크라우드 펀딩의 테스트 마케팅을 실시하고 싶다고 생각하고 있습니다. 일본에서도 꼭 성공하리라 확신합

현재 일본에서는 크라우드 펀딩의 성공을 미디어가 크게 다루고 있기 때문에, 높은 선전 효과를 얻을 수 있습니다. 그 결

1-2. メーカーとの独占契約の交渉について

- ☑ 最初の返信から、**3カ月間の契約交渉、、、**。
- ☑ 先方は、創業約40年の老舗メーカー

【当初のメーカー要望】

- ▶ メーカー要求 MOQ 3,000個x4サイズ=12,000個
- ▶ 独占無しの基本売買契約
- ▶ 販売力と販売実績重視

1-2. 3か月間の交渉ポイント

- ☑ 基本は、先方の不安事項を解消してあげること。
- ☑ あとは、相手にリスクをかけさせない。
- ☑ クラファンをやるのをあまり言わない。

自分たちが実績なしをどうやって納得してもらおうか
メーカー質問) 昨年の売り上げは？ ➡ 2020年設立で売上ゼロです。



- ➡ 成田さんのOMPで経験
- ➡ 相手の懸念事項の確認

1-2. 相手の事を良く知る事と自分と組むことのメリットを説明。

【メールで相手にいくつか質問しました】

1. 今、日本での販売予定はありますか？ → 無い。
2. 日本のマーケット状況はご存じですか？ → 知らない
3. \$〇〇Mの日本市場に興味ありますか？ → 有る。
4. 日本市場参入への懸念は？ → 販路の確保ができるか、支店や代理店の準備、在庫、PRコスト等々

1-2. メーカーの知りたいことと懸念への回答

【懸念の払拭】

- ▶ プレゼン資料準備
- ▶ 日本のマーケット状況・市場性の分析 ➡ 有望な市場
- ▶ **テストマーケティングの提案** (本当に有望かテストしましょう)
- ▶ 費用負担の懸念 ➡ テスト費用、PR費用、顧客対応、サポートの費用は、日本側で負担。



Sales & Branding strategy

- Cuitisan can be different important to value it with
- If branding is not solid,

**日本の他の製品
との比較分析
ブランド確立の重要性**



Comparison Table				
Plastic container				
Glass container	5~15	✓	✓	Almaity & Resonable
Enamel container (Steel + Glass coat)	6~18		✓	Colorling (White, bibit) durability, Direct fire
Cuitisan signature	15~45	✓	✓	Almaity, durability

Establishing brand value is most importance.

How to establish Brand in Japan

1. 【Target User】

- People who use really good and high value product.

【Persona's favorite brand】

- Nespresso (Swiss)
- Le Creuset (France)
- Dayson (US)
- eva solo (Denmark)
- ZWILLING (German)



2. 【Branding @ Media】

- Crowdfunding success ✓
- Media coraboration ✓
- Mart tell Product value



**どう市場テストをするか
ブランドを確立するか**

Sales Channel analysis

Sales channel market in Japan	Branding Value score	list price sales score	Sales power		Target Step		
			1st	2nd	1st	2nd	3rd
High B Isetan							
Normal							
Major e							
Major C							
Home							
Special Cucina							
Super							
Catalog							
Original							
Major B							

日本の各市場とブランド力分析

百貨店: 3.8兆円 180店舗

家電量販: 4.8兆円 3367店舗

ホームセンタ: 3.6兆円 4800店舗

- We
- als

Sales 1st step

【Key point】 Increase & establish Brand value and keep list price sales
1st Target : 3 markets, as below

ブランド確立するためのステップ

1. テストマーケティングとPR
2. ブランド力のある百貨店
3. キッチン専門店での販売
4. 権威のあるカタログ販売

Monthly sales units will be 500~2000 units/month



1-2. メーカーへのメリット提案

【メーカーのメリット：日本の代理店と組むと何が良い？】

- ▶ テストマーケティングで日本の市場性や売れるかがわかる。
- ▶ そのリソース・費用は全て日本代理店で負担するのでメーカーはリスクゼロ。
 - ☑ テストが失敗しても、元々日本の販売プランが無いので売れなくても何の影響もない。
 - ☑ 費用を一切かけずに売れる市場が分かれば儲けもの。

➡ テストマーケティングの合意を目指す。

- ▶ 市場に興味あり
- ▶ リスクなしでテストできる

1-3. 日本でのテストマーケティングの合意後

- ☑ 市場調査としてのテストマーケティングに合意できたら
- ☑ 手順説明と合意（各ステップのレポートを約束）

- 1) 見込み顧客調査 ➡FB広告での事前集客
- 2) 日本マーケットの反応 ➡プレスリリースの記事数反応
- 3) テストセールス ➡クラファンでのテスト販売
- 4) 日本市場判断 ➡一般販売検討

【ここまで合意出来きて交渉開始しました】

- テストセールスなのでMOQ無しにしましょう。
12000個(1800万円) ➡500個(75万円)
- クラファン期間は規約で短期の独占販売が必要 ➡6か月契約

3か月交渉で
ようやくスタート

1-3. メーカーへのレポート

1st Crouddfunding Result & Status Report

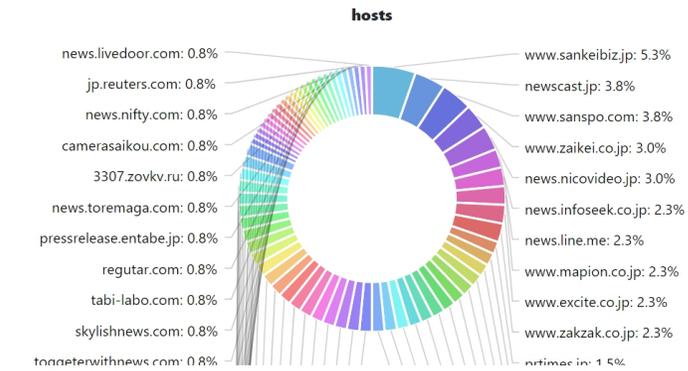
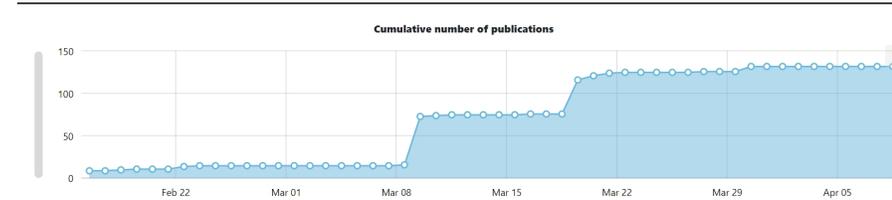
◆ Total prospective customer list : 1668

◆ Advertising activities

- Advertising expence \$10,092 (5% of sales)
- Press-Release 4time
- Media exposure and newsletter
- Total site 132 ->cost performance \$38,277

◆ Makuake Cuitisan 2021 Feb.12 -- Apr.-12

- Target funding \$30,000
- Funding result \$208,602



プロジェクト 活動レポート **NEW** 応援コメント **99+** ♥ 気になる

世界を変えたステンレス

電子レンジで使える
魔法の調理容器

▶ 再生

¥ 応援購入総額 **22,914,930円** Success!
目標金額 100,000円
22914%

サポーター 1,197人
残り **終了**

終了しました

余談)食品衛生法検査について

食品衛生法検査

- ☑ 食品、容器等を日本に輸入販売する場合に必須な検査
 - ▶ <https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html>
- ☑ 【対象】食品が触れる部分やパーツにプラスチック樹脂や陶器、着色がある場合に検査が必要。ステンレス無地は対象外になる場合あり。
 - ▶ https://www.mipro.or.jp/Document/hti0re0000000vi2-att/pdf_publications_0108fm14.pdf

飲食器	カップ、皿、タンブラー、はし、スプーン、ナイフ、フォーク、ほ乳用具、ストロー、等
割ぼう具(調理用具)	包丁、まな板、なべ、フライパン、ボウル、おたま、等
食品に直接接触する機械、器具等	・食品の製造、加工、調理用（製造工場のコンベア・パイプ・ホース等。コーヒーマーカー、ジューサー、ミキサー、スライサー、パスタマシン、等） ・貯蔵・運搬用（タンク、ボトル、コンテナ、冷蔵庫、水筒、調味料入れ、等） ・陳列販売用（食品トレー、かご、等）

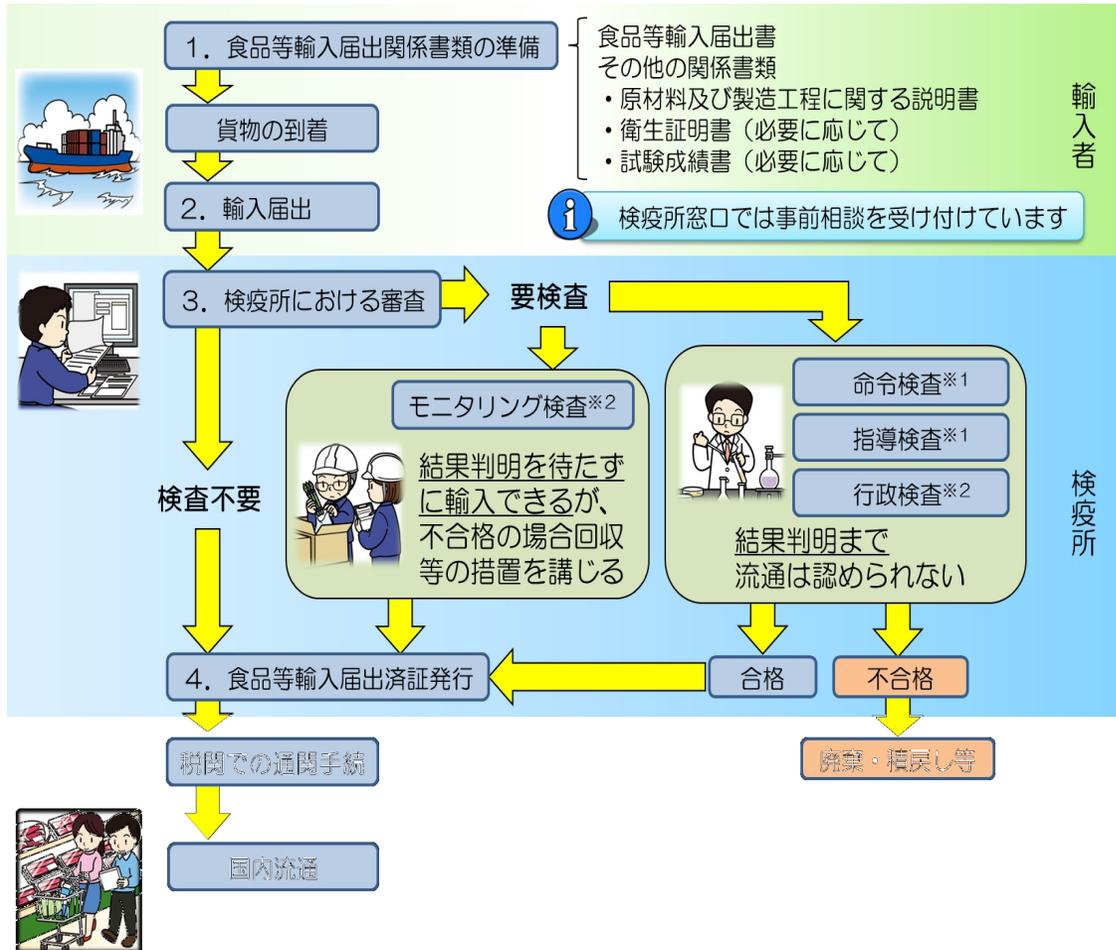
東京検疫所 輸入食品相談指導室

TEL 03-3599-1520 、 03-3599-1519

〒135-0064 東京都江東区青海2-7-11 東京港湾合同庁舎8階

食品衛生法輸入検査

Makuakeの場合



Makuake前に輸入試験の合格が必要。
キュレーターさんとの打ち合わせ時に試験の合格
が取れているかの確認が入ります。

プロジェクト1~2か月前に準備開始がおすすめ。

①事前検査の登録検査場会社を探す

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryu/shokuhin/jigyousya/kikan/index.html

②検査に必要な数量をメーカーに依頼し、 検査場へ直接送付してもらう。1~2週間

③検査に2週間。合格証明を獲得し Makuakeに提出。

厚生労働省 登録検査会社リスト

<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000144562.html>

検査機関 registered Laboratory	検査機関の名称 name	検査機関の所在地 address	電話番号 phone number	都道府県 prefecture	事業所 establishment	事業所の名称 name	認可している製品検査の区分 ※1 section of approval for product examination				認可している製品検査のうち、実施可能な検査の種類 ※2 kind of approval for product examination									
							法第25条 第1項 Article 25.1	法第26条 第1項 Article 26.1	法第26条 第2項 Article 26.2	法第26条 第3項 Article 26.3	理化学的検査 Physicochemical examination					細菌学的検査 Microbiological examination		動物を用いる検査 examination using animals		
							残留農薬 residua	汚染物質 contamin	添加物 additive	動物用医薬品 薬品	器具及び 容器包装	おもちゃ toy	汚染指標 菌	病原微生物	貝毒 shellfish	魚種鑑別 identifica				
○	(一財)北海道薬剤師会公衆衛生検査センター Hokkaido Pharmaceutical Association Public Health Examination	北海道札幌市豊平区平岸1条8丁目6番6号	011-824-1348	北海道 Hokkaido	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	○	○	×	×	
	(株)札幌市中央卸売市場食品衛生検査センター Sapporo Central Wholesale Market Foods Hygiene Laboratory	北海道札幌市中央区北12条西20丁目1番10号	011-618-2263	北海道 Hokkaido	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	×	×	×	×	×	×	○	○	×	×	
	(一財)青森県薬剤師会食と水の検査センター	青森県青森市大字野木字山口百六十四番地四十三	017-762-3620	青森 Aomori	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	○	×	×	×	×	○	○	○	×	
○	(一社)岩手県薬剤師会 Iwate Pharmaceutical Association	岩手県盛岡市馬場町3番12号	019-622-2467	岩手 Iwate	検査センター	×	○	○	○	×	○	×	×	×	×	○	×	×	×	
○	(一財)宮城県公衆衛生協会	宮城県仙台市泉区松森字堤下7番地の1	022-771-4722	宮城 Miyagi	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	○	○	×	×	
	(株)日本微生物研究所 Japan Microbiology Laboratories	宮城県仙台市宮城野区扇町2丁目3番36号	022-783-8471	宮城 Miyagi	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	×	×	×	×	×	×	○	×	×	×	
	(公財)宮城県公害衛生検査センター	宮城県仙台市青葉区落合2丁目15番24号	022-391-1133	宮城 Miyagi	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	×	
○	一般財団法人山形県理化学分析センター	山形県山形市松栄1丁目6番68号	023-645-5308	山形 Yamagata	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	×	
	日本環境科学(株) Japan Environment Science	山形県山形市高木6番地	023-644-6900	山形 Yamagata	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	○	×	○	×	×	×	×	×	×	
○	(公財)福島県保健衛生協会	福島県福島市方木田字水戸内19番地6号	024-546-0391	福島 Fukushima	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	×	×	○	×	×	○	×	×	×	
○	(一財)茨城県薬剤師会検査センター	茨城県水戸市笠原町978-47	029-306-9086	茨城 Ibaraki	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	×	○	×	×	×	×	○	○	×	×	
○	(公財)群馬県健康づくり財団 Gunma Health Fundation	群馬県前橋市堀之下町16番1号	027-269-7811	群馬 Gunma	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	×	×	×	×	×	×	○	○	×	×	
○	(一社)埼玉県食品衛生協会 Saitama Food Hygiene Association Research Laboratories	埼玉県さいたま市浦和区高砂4丁目4番17号	048-862-2253	埼玉 Saitama	検査センター	×	○	○	○	○	×	○	×	×	×	○	○	×	×	
○	(一財)千葉県薬剤師会検査センター	千葉県千葉市中央区中央港1丁目12番11号	043-242-5828	千葉 Chiba	(検査機関名と同じ)	×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	○	○	○	×	

厚生労働省 登録試験検査会社選び

☑ 製品の詳細を伝える。



- ▶ 試験内容の確認
- ▶ 必要検体数。例) 樹脂蓋部12個、ゴム20本等)
- ▶ 試験期間と見積もり確認

	必要検体数	期間	見積もり
A社	合計 32個	1週間	24万円
B社	合計 24個	2週間	12万円
C社	合計 26個	2週間	8万円

☑ 必要検体数と見積もりは、検査会社の手法で全然違います

2. 事前集客プラン～LP作成まで
 - 2-1. ティザーサイトと集客リスト
 - 2-2. LP作成について

2-1. ティザーサイトの目標設定



- ☑ 契約後、目標設定しティザーサイトの作成に入ります。

【私の場合の目標設定】

- ☑ 販売 : 100万円(初日) ➡ 最終 250万円
- ☑ 平均単価 : 2万円
- ☑ 初日購入 : 50人
- ☑ 必要リスト : 500人 (リスト購入率10%試算)
- ☑ 広告を回し始めると 1日いくらで何人というのが分かります。
- ☑ 目標500人 ÷ 残りの広告期間 = 1日の必要リスト数

ティザーサイト



【地球上で唯一】

レンジで使える
魔法の調理容器

洗練されたキッチンへ

期間限定の販売予定



→ 詳しくはこちら

食品容器でこんな困った経験ありませんか？

従来のプラスチック・ガラス器の保存容器では...

電子レンジで容器が変形



→ 詳しくはこちら

≡ これらの悩みを
全て解決してくれるのが

Cuitisan !!



Cuitisan

魔法の調理容器

→ 詳しくはこちら

ご登録いただいた方に
先行販売開始後、すぐにお知らせします！

最もお得な超早割価格は、限定
100個(17%OFF~)
確実に手に入れたい方は、お早め
にご登録のうえ
いち早くお知らせをお受け取り下さい！！

詳しくはこちらへ

リスト獲得状況

5日間で 66人のリスト獲得。1日13人のリスト獲得
500人集めるには 今のベースだと33日の事前集客が必要。
残り25日で1日17人必要なので予算を1.4倍以上に設定

事前集客日程	追加リスト	FB広告費	リスト/日	¥FB/日	CPA
1~5日間	66	7790	13	1,558	118
6~10日間	116	17334	23	3,467	149
11~15日間	195	30000	39	6,000	154
15~20日間	233	30000	47	6,000	129
21~25日間	436	63617	87	12,723	146
26~30日間	622	127725	124	25,545	205
合計	1668	276466	56	9,216	166

FB広告を始めて運用すると6000円の上限がしばらく出てしまいます。予算アップには実績が必要。FB広告に問い合わせをして上限アップを依頼して、20日間かかりました。

予算を一気に2.5万円まで上げるとCPAが悪化しました。

リスト獲得状況

事前集客日程	追加リスト	FB広告費	リスト/日	¥FB/日	CPA
1～5日間	66	7790	13	1,558	118
6～10日間	116	17334	23	3,467	149
11～15日間	195	30000	39	6,000	154
15～20日間	233	30000	47	6,000	129
21～25日間	436	63617	87	12,723	146
26～30日間	622	127725	124	25,545	205
合計	1668	¥276,466	56	9,216	166

1668人で10%購入だとすると167人で2万円単価だと初日に334万円前後の売上が期待できます。

4-2. 良いLPの作成する➡だけど、、、

良いLPのポイントは

- ☑ ペルソナにしっかり訴求。
- ☑ 見ただけわかるLPづくり。
- ☑ 欲しくなるようなページ作り

初期のプロジェクトだと、、、
言葉の意味はわかるけど、
一体どうしたらそうなるの??
どう考えればいいのか??

初めてのLPづくり、ACDさんにLPの作成依頼しても
希望のLPイメージを上手く伝えられない。
修正をしたいけど、どういう事を伝えればいいのか、わからない

4-2.LPのイメージ作り・他を参考にする

- ☑ Makuakeで似ている商品・カテゴリーで大きくサクセスしているLPをピックアップする。500万円以上、1000万円以上
 - ▶ 広告費を多く使っている商品は、別。
- ☑ LPで魅力をうまく伝えている方法を5つ6つほどピックアップする。
- ☑ キャッチコピーや参考にする。
- ☑ 並べて比較している画像やGIFが効果的。

Cuitisanの場合

- 同じような食品容器
- 調理に関する商品



類似、売れているLPを3~5収集し
訴求Pointを参考に

4-2. Cuitisan (容器 & 料理) が参考にしたサイト



https://www.makuake.com/project/8a_garage/

メスティンとは？

メスティンの弱点は焦げ付き

- 焦げ付かなく、料理がラクなる
- ごはんを炊くだけでなく煮る・焼く・蒸す・燻すと幅広く、
- 洗いモノがとってもラクに！

メスティンのそっくり製品も??

<https://www.makuake.com/project/thiouthelife/>

- ☑ 売れているLPから「響く」「ささる」言い回しを探す。
- ☑ 自分のイメージしているペルソナに訴求できるポイントを拾いまくる。
- ☑ 売れていないLPとの差が見えてくるまで見る。

4-2. 純粋にLPを見るだけの人に確認依頼

- ☑ LPサイトを修正依頼する人(自分)と別に、見るだけの人(第三者)にサイトの出来を確認してもらおう。LPを修正する人と確認する人を別けました。
- ☑ 自分自身では、サイト修正していくと、どれだけ良くなっているか、最終OKかどうか、だんだん判断できなくなります。
- ☑ なんかあと少し違うような気がするが、もうこの辺でいいか~とってしまう。
- ☑ **第三者の人にパッと見て**
 - ▶ 見やすいか(見続けたくなるか)
 - ▶ 他の似た製品と比べて、何が良いのかすぐわかるか
 - ▶ 分かりにくい点がないか等の意見を聞く。

修正&確認
繰り返し

Makuake LPを一見で買う人の購入率が高められれば、プロジェクト中のFB広告で売上アップが見込めます。

4-2. 他LPやセールスレター事例集を参考に

☑ LPアーカイブ

<https://rdlp.jp/lp-archive>

☑ シューキャクセンセイ

<http://shukyakusensei.com/>

☑ ランディングページ集めました

<http://lp-web.com/>

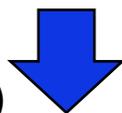
**3. 最初の2週間ブースト期間で
売上UPで効果があったこと**

Cuitisanの売上予測と対策の結果

初日(600万)からの通常売上予測(初日の2.5倍)

総売り上げ	¥15,050,520	売上比率	1日平均売上		販売活動
初日	¥6,049,720	40.2%	¥6,049,720	No.1	事前集客+プレスリリース
1週目(初日除)	¥5,000,800	33.2%	¥833,467	No.2	
2週目	¥2,500,000	16.6%	¥357,143	No.3	
中間6週間	¥1,000,000	6.6%	¥22,727		
ラスト2日間	¥500,000	3.3%	¥250,000		

販売活動実施した最終結果(初日の**3.8倍**)



総売り上げ	¥22,926,350	売上比率	1日平均売上		販売活動
初日	¥6,049,720	26.4%	¥6,049,720	No.1	事前集客+プレスリリース
1週目(初日除く)	¥7,000,800	30.5%	¥1,166,800	No.2	ランキング上位+ニュースレター
2週目	¥2,866,910	12.5%	¥409,559		ブースト+プレスリリース転載
中間6週間	¥6,060,330	26.4%	¥137,735		FB広告+プレス3回+雑誌掲載
ラスト2日間	¥1,008,590	4.1%	¥504,295	No.3	FB広告+SNSプレゼント企画

3. ブースト2週間の売上アップの仕込み

販売活動実施した最終結果(初日の3.8倍)

総売り上げ	¥22,926,350	売上比率	1日平均売上		販売活動
初日	¥6,049,720	26.4%	¥6,049,720	No.1	事前集客+プレスリリース
1週目(初日除く)500万➡	¥7,000,800	30.5%	¥1,166,800	No.2	ランキング上位+ニュースレター
2週目 250万➡	¥2,866,910	12.5%	¥409,559		ブースト+プレスリリース転載
中間6週間	¥6,060,330	26.4%	¥137,735		FB広告+プレス3回+雑誌掲載
ラスト2日間	¥1,008,590	4.1%	¥504,295	No.3	FB広告+SNSプレゼント企画

1. 事前集客+プレスリリース➡スタートダッシュ&ブースト
2. マクアケ 今日のランキング上位(1位)
3. ニュースレター掲載

3-1. プレスリリースについて

☑ お薦めのプレスリリース時期（ヒアリング）

- ▶ 平日火曜～木曜日の午前中10時
- ▶ ライターは、午前中にチェックして、午後に書き上げて夕方前後にリリースするが多い。
- ▶ プロジェクトの前日か当日がお薦め。
- ▶ 月曜日や朝一は忙しく目に留まりにくい。
- ▶ 金曜は、土日向けの記事調査が中心
- ▶ 土日は、ライター仕事をして人が少ない

3-1プレスリリース(初めてで初日に間に合わない場合)

- ☑ プレスリリース作成がプロジェクト当日までに間に合わなかった場合、もしくは金曜日スタートのプロジェクトの場合
- ☑ 対策) ➡プレスリリースを翌週 火曜日にセット。
- ☑ Cuitisanは金曜日の午後にプロジェクトスタート、**リリース文が間に合わなかった**ので、プレスリリースは翌週火曜日にセットしました。

リスト顧客へのスタートアナウンスにて限定感をアピール

「金～月の4日間だけは事前登録した皆さんだけが購入できる限定期間です。火曜日からはプレスリリースをするので一般の皆さんが購入可能となります。この限定4日間だけの先行販売機会をぜひお見逃しなく」

➡リスト1668人 開封1107人 ➡初日 購入295人 **26% 600万円**

3-2. 今日のランキング上位の効果

- ☑ 今日のランキング1位をとると、次の日のPV数が高くマクアケ内からの流入が急増します。
- ☑ 今日のランキング1位
- ☑ PV数 15000でトップクラスになれます。
18800で1位でした。
- ☑ このPV数を稼ぐ事前の仕込みが重要だと思います。

インスタグラムのフォロワー、Facebookのフォロワー数が多い方が購入もしくはページにいいねをするとLPのPV数が大幅に急増します。

今日のランキング

1

世界を変えたステンレス

電子レンジで使える

New! 調理容器

魔法のステンレス! 『レンジで使える』を実現した奇跡の調理容器Cuitisan

58日 7,266,320円

7266%

The image shows a screenshot of a product ranking page. At the top, it says '今日のランキング' (Today's Ranking) with a crown icon and the number '1'. Below that is a product image of stainless steel cookware with the text '世界を変えたステンレス' (Stainless steel that changed the world) and '電子レンジで使える' (Can be used in the microwave). A yellow banner below the image says 'New! 調理容器' (New! Cookware). Underneath is the product name '魔法のステンレス! 『レンジで使える』を実現した奇跡の調理容器Cuitisan' (Magic stainless steel! Realized the miracle of 'can be used in the microwave' cookware Cuitisan). At the bottom, it shows '58日' (58 days), '7,266,320円' (7,266,320 yen), and a progress bar with '7266%'.

3-2. マクアケ ランキング 上位表示に向け

☑ インスタグラム・FBのフォロワー作り

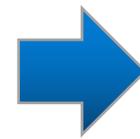
- ▶ FB広告とインスタグラムは相性が良いです。
- ▶ FB広告をするならインスタページ作成がおすすめ。
- ▶ FB広告を見て、インスタグラムのページに「良いね」をしてきてくれる方が多くいます。
- ▶ この良いねをしてくれた人のインスタやFBページを見て、製品と関連がある人で影響力のある方にはアプローチするのが実は効果的です。



3-2. マクアケ ランキング上位に向け インスタグラム・FBのフォロワー作り2

- ☑ Cuitisan(ステンレス調理容器)の場合
- ☑ 次のような人が「良いね」を入れてくれたら必ずメッセージを送ってフォローをしました。

- ▶ 料理教室の先生
- ▶ お花の先生
- ▶ インテリアデザイナー教室の先生
- ▶ フォロワーの多い料理人や飲食店



影響力が大きく
フォロワー数が多い人

- ☑ 「良いね」ありがとうございます。〇〇さんの△△のページ素敵ですね。感動しました。ぜひフォローさせてください」⇒お返しフォロー出やすい
- ☑ Cuitisanのインスタフォロワー600人超えました。

影響力のある人の効果

- ☑ フォロワー0人→600人以上
- ☑ FBを持っている人も多く、フォロー、良いねが関係者に伝わります。
- ☑ そういう人がMakuakeページを見たり購入するとその後にFBやインスタで良いねをしてくれて、すごくPVが稼げます！
➡マクアケ1.8万PV超える

今日のランキング1位の効果
➡1日で¥152万の売り上げ

The image shows a Facebook profile for 'cuitisan.japan' with 31 posts and 666 followers. Below the profile is a grid of images showing the Cuitisan cooking containers. To the right is a '今日のランキング' (Today's Ranking) card showing the product is ranked 1st. The card includes the text '世界を変えたステンレス' (Stainless steel that changed the world) and '電子レンジで使える魔法の調理容器' (Magic cooking container that can be used in a microwave). The product is priced at 7,266,320 yen and has been on the list for 58 days, with a 7266% increase in sales.

3-3. スタートダッシュ ➡ ニュースレター効果

- ☑ 事前集客でスタートダッシュでランキング・PV数を稼ぐ事前集客が超重要でした。
- ☑ ランキング上位と売上初日のスタートダッシュが稼げれば、ニュースレターの掲載確率が高いです。担当キュレーターさんに掲載頼みます。

マクアケニュースレター1位効果
➡ 1日156万円の売り上げ

ニュースレター

Makuake

スタッフのおすすめプロジェクトをご紹介

👑 1位 👑

世界を変えたステンレス

電子レンジで使える
魔法の調理容器

革新的な調理容器。日本に初上陸
冷蔵・冷凍・レンジ・オープン・食洗器までこれ1つで完了

4. ブースト後の中間期間 中だるみ対策の効果（成功・失敗）

4. 中間期間の売上アップの仕込み

販売活動実施した最終結果(初日の3.8倍)

総売り上げ	¥22,926,350	売上比率	1日平均売上		販売活動
初日	¥6,049,720	26.4%	¥6,049,720	No.1	事前集客+プレスリリース
1週目(初日除く)	¥7,000,800	30.5%	¥1,166,800	No.2	マクアケ1位+ニュースレター
2週目	¥2,866,910	12.5%	¥409,559		ブースト+プレスリリース転載
中間6週間	100万→ ¥6,060,330	26.4%	¥137,735		FB広告+プレス3回+雑誌掲載
ラスト2日間	50万→ ¥1,008,590	4.1%	¥504,295	No.3	FB広告+SNSプレゼント企画

1. 雑誌掲載 & 中間プレスリリース
2. 中間のたるみ期間 → 購入率 x FB広告
3. SNSプレゼント企画・ラスト2日間の売上アップ

4-1. 雑誌へのアプローチ

プレスリリース前に
どうしても載せてほしい雑誌
に電話してアプローチ。

「今度、他には無い新製品をプレスリリースいたします、詳細を御社にだけ先にお知らせしたいのですが、どなた様宛、どちらの担当者様宛てに送付すればいいでしょうか？」



6社アプローチして、3社ゲット



4-1. 雑誌にアプローチの結果



Mart副編集長からじきじき折り返しの連絡があり、モニターさんに使用していただき、使用感の感想を掲載アピールしていただけました。副編集長さんからは「一般販売時はぜひ、知らせてください。一緒に広めていきましょう」のコメントがありました。

商品開発担当者から連絡をいただいて、商品を販売企画を立てていただけました。

6月29日から販売開始予定です。



4-1. 中間プレスリリースについて

☑ Cuitisanプロジェクトでプレスリリースは4回実施

初回(1回 3万円)	効果	記事掲載 売上UP分 (利益)
1回目: プロジェクトプレスリリース	○○○	148万円(49万)
<u>中間プレスリリース(3回 5万円=1回1.7万円)</u>		記事掲載 売上UP分 (利益)
2回目: プロジェクト1500万達成	△	4万円(1.3万)
3回目: Cuitisanの技術について	○○	61万円(20万)
4回目: 2000万達成残り7日間	△	3万円(1万)

中間プレスリリース効果 1回1.7万円 3回目分=利益20万円

4-1. 3回目プレスリリースタイトル

おめでとうございます！
ニュースのPVが3,000を超えました！
ニュースレポート

電子レンジでつかえる世界初のステンレス技術とは？ どのような温め原理なのか？

Cuitisanの新規技術を詳細に説明するプレスリリース実施。



多くの記事で取り上げられ売上UPに貢献。

他の2回目、4回目の売上〇〇達成は効果なし。

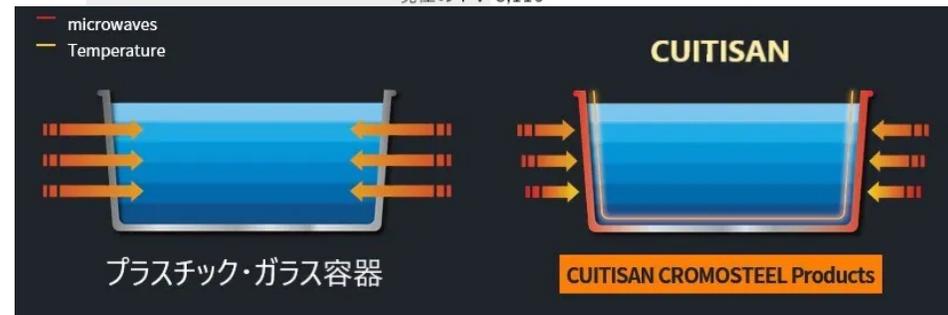
(2、4回目のプレスリリースは最初と似た内容+α)



こんにちは。NEWSCAST スタッフです。
公開されたニュースへのPVが順調に伸びています。

電子レンジでつかえる世界初のステンレス技術とは？ どのような温め原理なのか？

現在のPV 3,116



技術説明を分割して出す事で複数回のプレスリリースが効果的

4-2. Makuake PV数からの購入率について

☑ Cuitisanの購入単価は2.1万円でPV(ページビュー)人数からの購入確率は0.69%

☑ 佐藤さんから教えていただいた各プロジェクトの平均単価と購入率は右表となります

購入率	平均単価
1.29%	¥9,562
1.01%	¥16,304
0.90%	¥15,746
0.69%	¥21,085
0.21%	¥37,735
0.08%	¥35,000

☑ 考察

1万円前後は1.2%、 2万前後 0.7%、 3万円以上 0.1~0.2%

4-2. 購入率からのFB広告継続活用

- ☑ 2週間のブースト期間終了後、PVからの購入率が重要でした。
- ☑ ブーストアシストなしで購入確率が0.6% (¥2万)~1.0% (¥1万)を維持できていれば、FB広告継続による集客で中間期間の購入者を確保できる可能性があります
 - ▶ Cuitisanの場合、平均単価2.1万円 購入率が0.69%
 - ▶ FB広告1日7千円でPV700~800人集客で 5人前後の購入者。

【Cuitisan】

- ☑ 単価2.1万円x5人=10万円/日 (粗利3.3万円—FB広告費0.7万=2.5万円)
- ☑ 中間期間 40日間=400万円 (粗利133万円—FB広告費28万=105万円)

40日間の1日当たり	1日の販売金額	購入者/日	購入率	PV数/日	FB広告費/日
イベント無し平均値	¥100,734	4.9	0.65%	771	¥7,002

4-3. SNSプレゼント企画

- ☑ ラスト1週間前後で〇〇売上達成記念のプレゼント企画実施。

- ☑ プレゼント品準備 : Cuitisan丸ミニ 3.5ドルx10個
- ☑ プレゼント応募ページ作成
 - ▶ Googleフォームで作成
 - ▶ <https://form.run/media/contents/enquete/googleform/>

- ☑ プレゼント企画をプロジェクト進捗で投稿

4-3. SNS プレゼント企画応募ページ



Cuisinartプレゼント企画 1

フォームの説明

お名前 () *

記述式テキ

名前・ニックネームの入力

ご連絡用のメールアドレス *

記述式テキスト (短

メールアドレスの収集

Makuakeのご注文ID (記入いただけますと当選確率2倍です)

記述

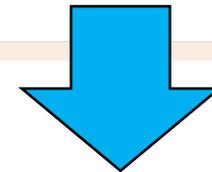
購入IDの入力・当選確率UP

もし、ツイッター・インスタなどSNSでマクアケプロジェクトをシェアしていただけますと当選確率がアップします。シェアされた方は下記にリンクの記載をお願いいたします。

SNSでのプロジェクトページ宣伝を依頼。してくれたら当選確率UP

お願いいたします。

記述式テキスト (長文回答)



● 抽選方法

抽選ツールを使用して公平に抽選します。

<https://rakko.tools/tools/91/>

4-3. SNSプレゼント企画の効果

- ☑ プレゼント費用 3.5ドル×10個=3850円
- ☑ **224人のメールアドレス獲得 + SNSで拡散**
- ☑ PV数が通常700人前後→**Max PV 4759人 約7倍**
- ☑ 支援金額 **ラスト2日間42万、58万円=100万円**

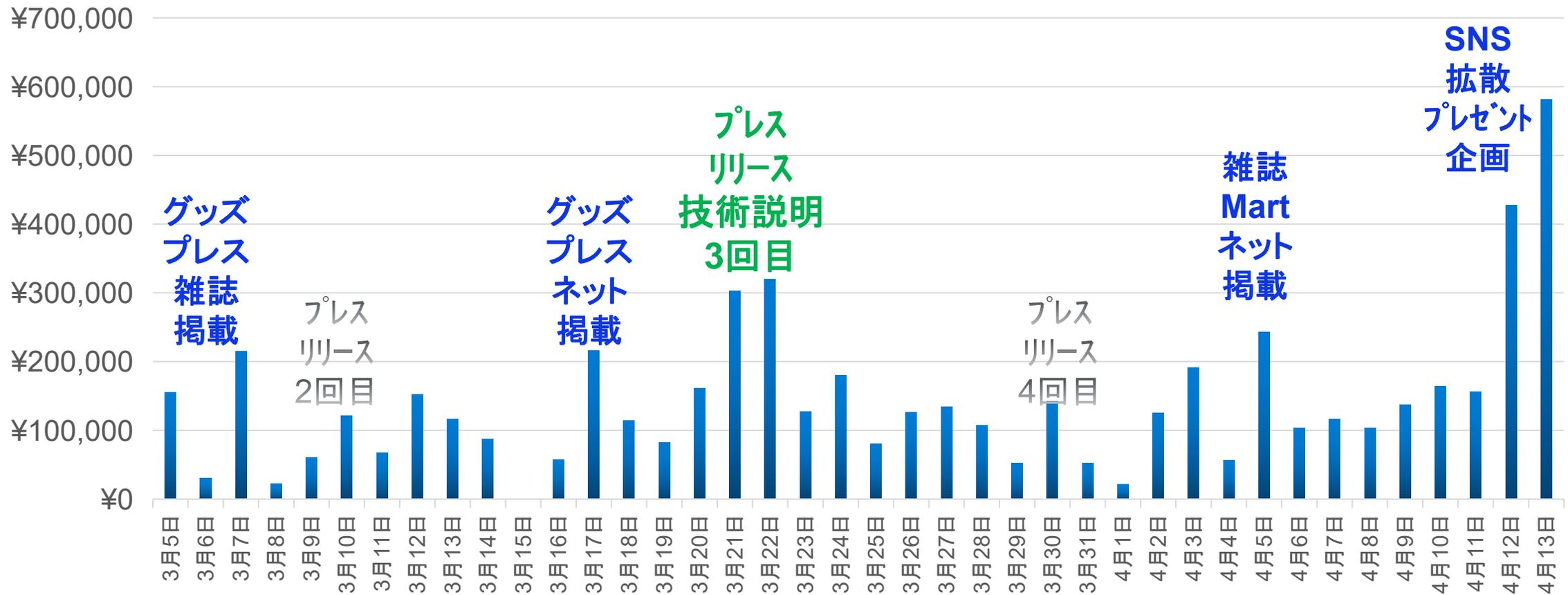
プレゼント費3850円→売上100万円 利益33万円

4(まとめ)中間期～ラスト 42日間の販売状況

当初予測150万円 → 結果700万円

40日600万、
最後2日100万

	1日販売金額	購入者	購入率	PV数	FB広告費
All平均値	¥149,855	7.5	0.64%	1,221	¥7,528
イベント無し平均値	¥100,734	4.9	0.65%	771	¥7,002



スタートダッシュ+中だるみ対策 Summary

☑ スタートダッシュ

- ▶ 事前集客+プレスリリース
- ▶ ランキング上位 : FBインスタのフォローUP+PV増加
- ▶ ニュースレター掲載 : スタートダッシュ

☑ 中だるみ対策

- ▶ 雑誌掲載の事前依頼
- ▶ プレスリリース複数回 : 技術説明が効果的
- ▶ 購入率×FB広告
- ▶ プレゼント企画SNS拡散

ご清聴ありがとうございました。

ご質問があれば何でもお聞きください

資料中分かりにくい所があればChatWorkでいつでも質問してください。