

新刊書籍のご案内

楽天大学の学長が指南する、巨大資本企業と競争しないでファンを増やす方法！

『あのお店はなぜ消耗戦を抜け出せたのか』

ネット時代の老舗に学ぶ「戦わないマーケティング」

ニュースサイト「Advertimes(アドタイ)」で毎回アクセスランキングNo. 1となった

人気コラムがいよいよ書籍化！ 7月30日発売！

株式会社宣伝会議(本社:東京都港区 代表取締役:東 英弥)では、『あのお店はなぜ消耗戦を抜け出せたのか ネット時代の老舗に学ぶ「戦わないマーケティング」』を2014年7月30日より、全国書店にて順次発売いたします。

日本最大のECショッピングモール「楽天市場」において、加盟店4万1000店の成長パートナーとして活躍する、楽天大学学長である仲山進也氏が、価格競争、過当サービスではない、「顧客との関係性を深める」ビジネスの方法を「究極の対面販売の道」として推奨。どんなにがんばっても大手資本に太刀打ちできない「消耗戦」を抜け出して、楽しくかつ顧客満足度を高めるビジネスの方法を指南。また、それを実践しているECショップの事例を12件掲載。

広告界のニュースサイト「Advertimes(アドタイ)」での12回の連載は、毎回その日のアクセスNo. 1となるほどの人気。そちらに書き下ろしコンテンツを加えて書籍化しました。来年の消費増税10%に向けて、「いかに顧客の支持を得るか」に対して敏感になっているこの時期、貴メディアにてぜひご紹介いただけますと幸いです。



なぜこれがNGなのか??その答えが本書に!

- (1) 売れているモノを売ってはいけない
- (2) ターゲット客を攻略してはいけない
- (3) 競合対策をしてはいけない
- (4) スケールメリットを強みにしてはいけない
- (5) 勝つためのスキルを磨いてはいけない

どうすれば顧客の支持を集める「売れる店」になるのか?

そのヒントは、ECの黎明期から現在まで、さまざまな手段を駆使して、楽しくビジネスをして顧客満足度を高めてきた「老舗」のやり方にあった。

楽天大学学長

仲山進也[著]

2014年7月30日より順次発売

定価 本体 1,600円(+税) / 四六判 /

240ページ / ISBN 978-4-88335-313-2

著者プロフィール

仲山 進也（なかやま・しんや）

楽天株式会社 楽天大学学長

仲山考材株式会社 代表取締役 「次世代ECアイデアジャングル」 主宰



北海道生まれ。慶應義塾大学法学部卒業。シャープを経て、1999年に社員約20名の楽天へ移籍。楽天の初代ECコンサルタント9人の1人となる。2000年に「楽天大学」を設立、Eコマースのみならず、チームづくりや理念づくりまで幅広く、楽天市場出店者41,000社の成長パートナーとして活動中。楽天が20名から数千名の組織に成長するまでの経験をもとに人・チーム・企業の成長法則を体系化、社内外で「自走型人材」の成長を支援している。2004年、Jリーグ「ヴィッセル神戸」の経営に参画。2007年に**楽天で唯一のフェロー風正社員（兼業フリー・勤怠フリーの正社員）**となり、2008年には仲山考材株式会社を設立、Eコマースの実践コミュニティ「次世代ECアイデアジャングル」を主宰している。

*著者取材、対談企画など承ります。

◆本書に出てくる、目からウロコの12事例

- ①一目見たら欲しくなって買ってしまう人が続出の「**キケンなハンコ屋**」がSNSでシェアされる理由とは？
- ②なぜソーシャル時代の**バレンタインで「ところてん」**が売れるのか
- ③スーパーより**2倍高いタマゴ**がネットで**超絶な売れ方**をする理由
- ④なぜ**1本498円の缶ビール500本**が**1分19秒**で**即完売**したのか？
- ⑤なぜスーパーで買えるソフトドリンクが、**価格競争せず**に**ネットで月商7000万円**売れるのか？
- ⑥**82歳の店長**に**ファンクラブ**ができる**風呂敷専門店**の**コンテンツマーケティング**とは？
- ⑦ソーシャル時代に「ファンが集うコミュニティ」が自然発生した**バラ苗店のSNS活用法**とは？
- ⑧なぜ**国内1店舗**だった**洗車用品店**が、**数年で11カ国300店舗**を超えたのか？
- ⑨**広島**の書店が、**大手ネット書店と戦わず**に**売上を伸ばした方法**とは？
- ⑩なぜ**ネットで「壁紙」**が**月商1億円**も売れるのか？
- ⑪大手メーカーが「既存の流通との軋轢」を避けて**ネットで直販**する方法とは？
- ⑫なぜ半額セール中に、**値引きなしの高額日本酒100本**が**7時間で完売**したのか？

◆広告界のニュースサイト「Advertimes(アドタイ)」とは

2010年11月に創刊したデジタルメディア。企業のマーケティングやメディア、販促、広報、広告クリエイティブなど、コミュニケーション分野を取り巻くニュースや情報を素早く入手することができる、広告界のポータルサイト。『宣伝会議』『販促会議』『広報会議』『ブレーション』『編集会議』とマーケティング・コミュニケーション領域における各分野の専門誌を発行する宣伝会議の取材網を生かし、実務に役立つ情報を提供しています。



◆編集担当より

「消費税10%」に向け、価格ではない「顧客とのつながり」を重視したビジネスを展開するためのヒント・事例満載！

消費増税の影響が軽微であったことにホッと胸をなでおろしたら、今度は2015年の秋に控える消費税10%。景気が回復基調になったとはいえ、長く続いたデフレ・不景気を経験した生活者は「お金の使いどころ」を見極めるようになっています。

そうした中で価格競争、サービス競争を挑んでも、巨大資本企業に跳ね返され、徒労感・疲労感に襲われるだけ。

本書では、そうした「消耗戦」を避け、顧客とのつながりを重視することで、ほかにはない「ここで買ってよかった」「またここで買いたい」と思ってもらうための方法を、12の事例とともに分かりやすく伝えます。

◆担当者連絡先

株式会社宣伝会議 担当：中澤

E-mail: nakazawa@sendenkaigi.co.jp TEL: 03-6418-3331

〒107-8550 東京都港区南青山 5-2-1 <http://www.sendenkaigi.com>