



FANVEST

Fan's Collect

～ DtoC支援事業～



AGENDA.

TOPIC OUTLINE

1. FANVESTについて
2. FANVESTの強み
3. DtoCの現状と未来
4. プロジェクトのご提案
5. 提案内容の詳細
6. 他社との違い
7. 料金概要
8. 最後に

FANVESTについて

今回のプロジェクトに強い思いと信念を持つ、
私たちに関してまずは自己紹介いたします。



会社概要

法人名	株式会社ファンベスト	所在地	
設立	2015年8月		【東京本社】 〒160-0002 東京都新宿区新宿4-3-17 FORECAST新宿SOUTH6階
代表	代表取締役社長 藤間 亮太郎		【大阪支社】 〒564-0052 大阪府吹田市広芝町8-12 第3マイダビル5F
従業員数	260名（契約スタッフ含む）		【名古屋支社】 〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄3-2-3 名古屋日興証券ビル4F
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業戦略コンサルティング事業 ・ セールスマーケティング事業 ・ WEBマーケティング事業 ・ インフルエンサーマーケティング事業 ・ 採用アウトソーシング事業 		【福岡支社】 〒812-0013 福岡県福岡市博多区博多駅東2-5-19 サンライフ第3ビル6F
実績	<ul style="list-style-type: none"> ・ 海外大手上市企業の日本進出支援 ・ 地方の急成長企業の東京進出 ・ 販路拡大支援 ・ 大手上市企業マーケティング支援等 		

会社沿革

株式会社FANVESTとは？

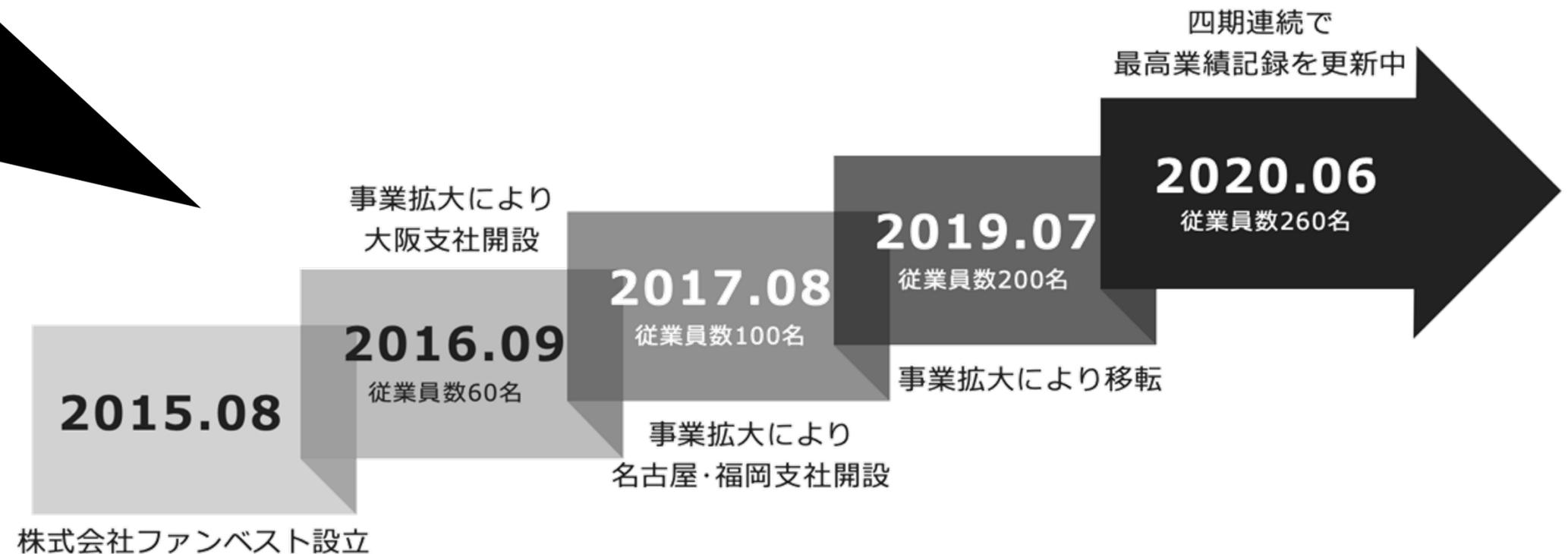
私たちは
【日本一の事業開発カンパニーを創る】
をビジョンに業種業態を問わず直接的な
売上向上・集客に貢献し続ける会社です。
具体的には、下記4事業を展開しています。

- 戦略コンサルティング事業
- セールスマーケティング事業
- Webマーケティング事業
- インフルエンサーマーケティング事業
- 採用アウトソーシング事業

あらゆる日本の企業や産業の課題や難問を
「実際に課題解決に向けて実行する」
業界初の事業体を強みに
全国5拠点の支社を展開しております。



FANVESTの沿革



設立から一貫して企業の売上向上・発展の支援をし続け、
150社以上の企業様の支援実績を持っています。

FANVESTの強み

Our Strength.

このプロジェクトを始めるにあたっての
弊社の強みをご紹介します。



FANVESTの強み

FANVESTだから実現できるマーケティング

私たちは国内外問わずマーケティング領域全般を支援している業界屈指のプロ集団です

市場の動きを常に先読みした
マーケティングのプロならではの
WEB戦略を構築し、商品の価値を
最大化して売上を創出する

業界最大手の芸能プロダクションとの連携を活用し、
大手上場企業や日本参入大手外資などのPR企画を提供



様々な業界の営業商材を述べ
150社以上扱ってきた売れる仕組みづくりを
得意とするアウトソーシングサービスを提供

Twitter、Facebook、Instagram、Youtube
など各種SNSを活用した
拡散される情報源を配信、運用



DtoCの 現状と未来

Present and Future Of DtoC.

現状のDtoC市場はどうなっているのか。
今後のDtoC市場はどうなっていくのか。
市場を俯瞰して見えてくる傾向をお話しします。

どうなのDtoC? どうなるDtoC?

DtoCの現状

TwitterやInstagram、YouTubeなどが普及し、消費者が生産者と直接コミュニケーションを取れるようになってきました。そのため消費者に届く商品やコンセプトを打ち出せば、消費者が直接「良い」と判断して購入してくれるのです。従来大規模なモールに掲載料を支払ったり、店頭で消費者を待つ受け身の体制でないと消費者に購入機会を提供できませんでした。しかし、今は様々なSNSが普及していますので、モールや店頭を介さなくとも消費者と直接繋がることのできるのです。よって今後の傾向はインターネットを中心に購入導線が著しく変化する傾向にあるといえるのです。



DtoCの未来予測

2020年以降DtoCのビジネスが加速化する理由は3つ挙げられます。

①小売業界の縮小、店舗閉鎖

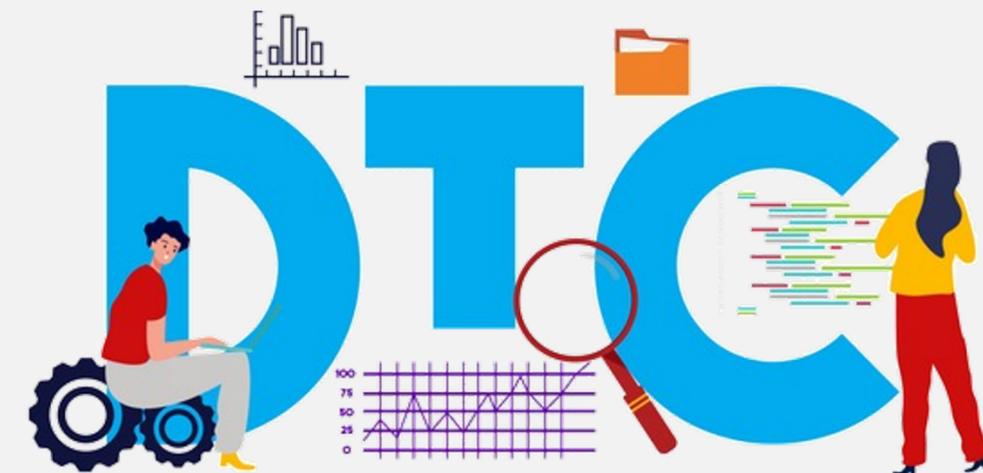
小売業や卸売業の商業販売額は減少し、店舗閉鎖や業務縮小に陥っています。今後も小売業界は縮小し、D2Cをはじめとする「新しい方法」を取り入れる企業が生き残ると考えられます。

②消費者のリテラシーの向上

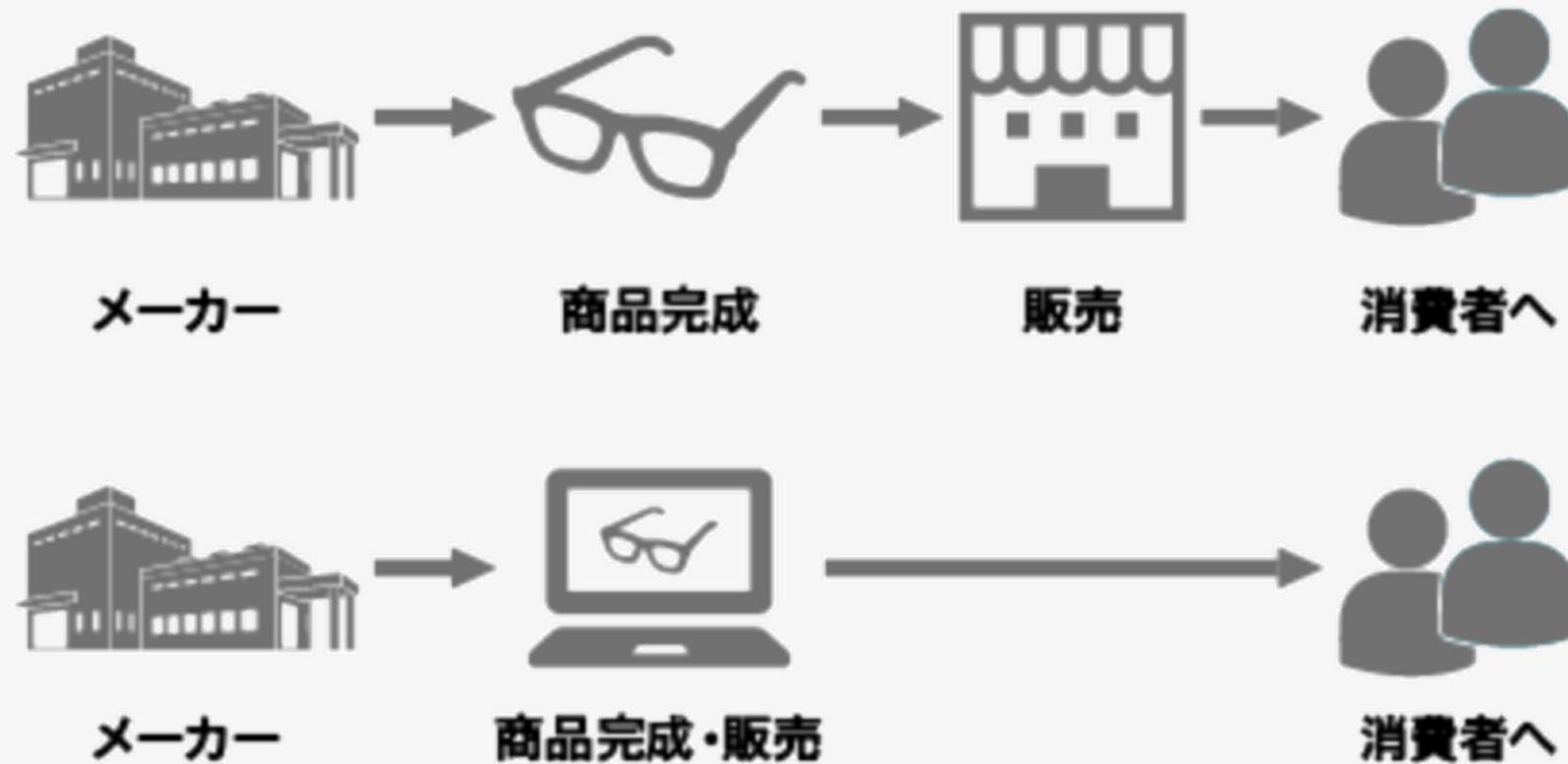
今後は消費者の目はますます厳しく、商品への期待感も高くなっていきます。消費者の声を直接聞き、信頼関係を築けるやり方をしなければ、業界で生き残ることは難しくなります。

③サブスクリプションの台頭

メーカーから定期購入型で商品を買う流れは、すでに日本でも流行り始めています。定期購入の「サブスクリプション」は2020年のトレンドになると予想されています。



リアル店舗の
SPAから



顧客とつながる
DtoCへ

2020年も消費者のリテラシーはますます高まり、
「納得したものを、企業から直接購入する」という流れは加速すると考えられます。
D2Cは消費者と直接繋がっているため、「消費者の意見がダイレクトに届く」
「仲介業者がないため、問題点を改善して再度リリースするのに時間がかからない」というプラス面があります。
また、EC市場を世界的に見ると、急成長が見込まれています。2017年時点では約250兆円規模でしたが、
今年2020年は約410兆円、2021年には約500兆円規模に推移すると予測されています。

本プロジェクト のご提案

Present and Future Of DtoC.

前述の背景に伴う課題を解決したい思いを
形にする支援をプランニングしました。



プロジェクトのご提案-01

売れる仕組みを備えたECサイトの構築

一般的なECサイトは

- ・商品説明になっている
- ・価格の安さに訴えがち
- ・ユーザーにイメージさせることができていない

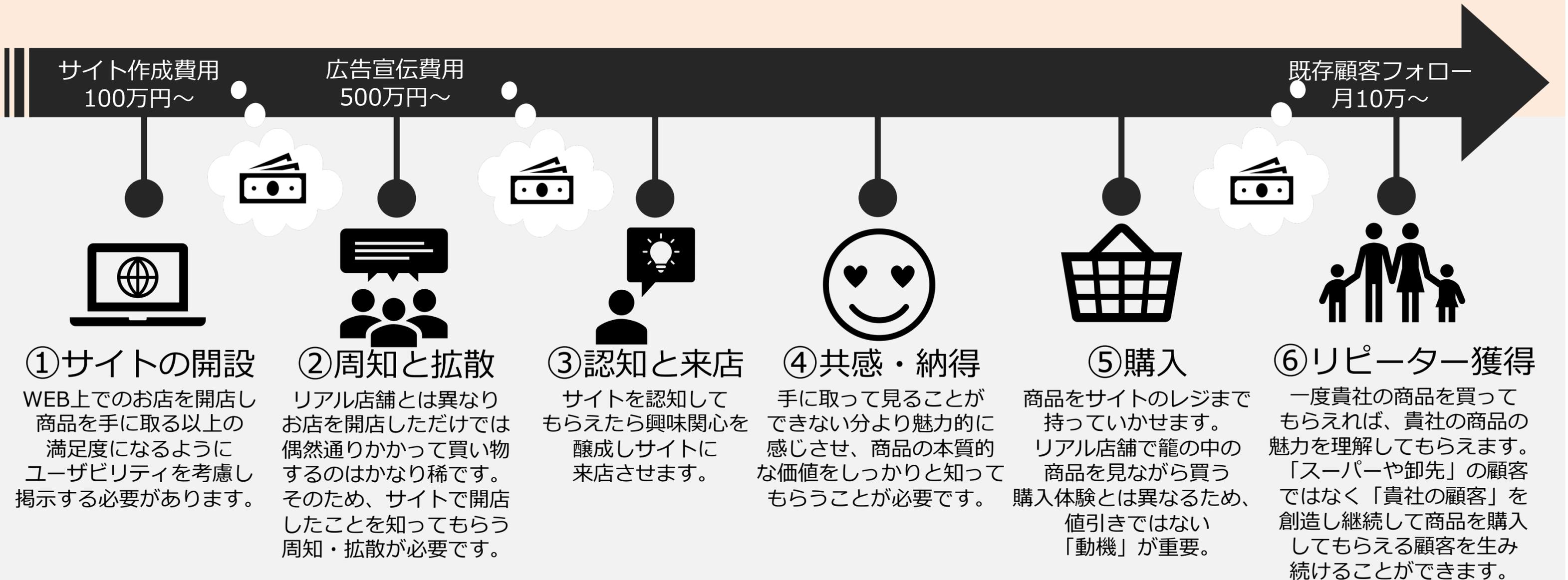


どんな良いものなのか、なぜ購入するべきなのか分からないものは購入しないものです。カスタマー心理はECサイトにおいても同様なのです。

ただサイトの見た目がいいだけ、商品説明を羅列しただけ。そんなサイトは昨今は多くなっていますが、弊社はユーザビリティとニーズを最大化したECサイトを設計し、商品を陳列棚に置きっぱなしにはしません。

ECサイトをストーリーテリング媒体に、確かな購買意欲を掴むサイトを構築します。

一般的なWEBでの集客と購入までの過程と相場



これだけの工程で通常だと初期投資だけでも600万~必要となり、更にランニングコストも発生します。またこの工程にはそれぞれに運用のプロがいるように、非常に綿密な戦略立てと運用計画が必要となるのです。



他社との違い

Difference from other companies

大手通販サイトではなく、なぜ集客サイトで紹介し、
更に自社サイトを作り、運用する必要があるのか
他社サイトと比較してお話しします。

なぜ通販サイトではなく この方法を選択するのか



最大5,000ポイント還元  ポイントアップキャンペーンにエントリーする*

*Amazonギフト券、Amazonコイン、予約商品を除く

ポイントアップ対象はAmazonのすべての商品。エントリーはこちら▶
*エントリーページを必ずご確認ください。

本日の注目セール 本日の注目セールをすべて見る
在庫あり

1 / 8ページ

 特選タイムセール ¥ 4,980 - ¥ 35,980	 特選タイムセール ¥ 50 - ¥ 213,453	 特選タイムセール ¥ 5,000 - ¥ 102,000	 特選タイムセール ¥ 1,026 - ¥ 7,665	 特選タイムセール ¥ 361 - ¥ 7,686
---	---	--	---	--

■ Amazonや楽天など大手通販サイト
セールや独自のポイント制度で比較されてしまい、
商品の本質的な価値をど返しして価格競争や
ポイント還元競争に目を止められるようなシステム
となっているため、本当に良いものを買う、
ということを前提としていないデメリットがあります。
一時的な売上創出には打ち手となりますが
商品の価値を理解した顧客を獲得することは難しい
という弱点があります。

■ 食べ直などの専門サイト
他社商品と横並びになっているため、魅力や差別化が
しにくく、写真の雰囲気、掲出されたお買い得感や
産地だけで選り好みされてしまう傾向があり、
生産者の思いやこだわり、価値が伝わらないという
弱点があります。

**製品には個性がある。
製品にはその価格である理由がある。
それをしっかり伝えて購入していただきたい。
それを叶えるのも今回の私たちのミッションです。**

自社ECサイト 制作会社との比較



■ 他社サイト制作会社との比較

前項でお話した通り、サイト構築費・別注によるサイト周知のための広告費、顧客フォロー周りによる管理費用等を換算すると初期投資で600万~程度
の費用と顧客フォローのためのランニングコスト月
10万程度が発生します。

そのため初期投資から黒字化までの転化がリスクと
なり、且つ運用がうまくいかなければ赤字となるリ
スクが大いにあります。

**この世情を打開するはずである施策でも
収益化までにリスクや期間が伴い、
早急な改善策にならないという
デメリットが避けられません。**

ご提案内容の詳細

課題解決に必要なものを前述しました。
では私たちはその内容をどこまで、どのように、
実現できるのかをお話しします。

ご提案内容の詳細-01

インフルエンサー活用のキャンペーンサイトによる集客

FANVESTが用意するキャンペーンサイトにより作成するサイトを周知・拡散します。

見ていて楽しい！食品スペシャルサイトまとめ

webデザイン ホームページ 2017.04.27

見ていて楽しい！
食品スペシャルサイト
まとめ
— #01 —

SAMPLE

一押しの食品情報や
おすすめの食を
まとめたサイトにより
効率的な集客を実現

まとめサイトだからこそ
良質なものを求める
顧客をより効率的に
獲得できる

SNS運用による集客

検索する、購入する、の手前に重要視しなくてはならないのはまずは情報との接点です。
情報をより自然に、情報に対して感度の高い見込み客に掲示することで
WEBサイトへの流入や購入のきっかけを広範囲で設けることができます。



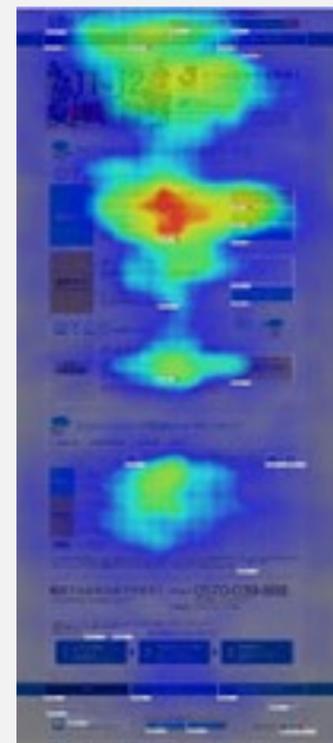
Twitter、Facebook、
Instagram、DMの
購入に特化した
運用代行も行えます。

WEB広告・WEBツールの活用による購入数改善



サイトのどこでユーザーが離脱しているか、どこで購入に進んでいるのかなどを解析ツールを用いてユーザー動向を詳細にヒートマッピング・データアナリティクス。結果によって随時サイトページの改良を行います。

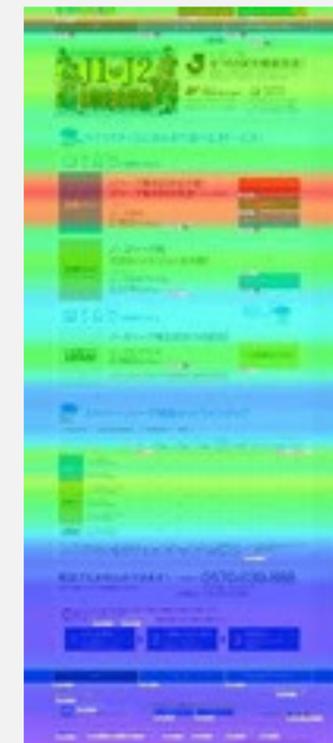
今やWEBサイトへ集客するには能動的に誘導を促すための広告を運用する流れは常識化してきました。
まさにWEB検索の前の登竜門。
WEB広告を押さえるとWEBサイトへの集客は飛躍的に向上します。



マウスヒートマップ



クリック分析



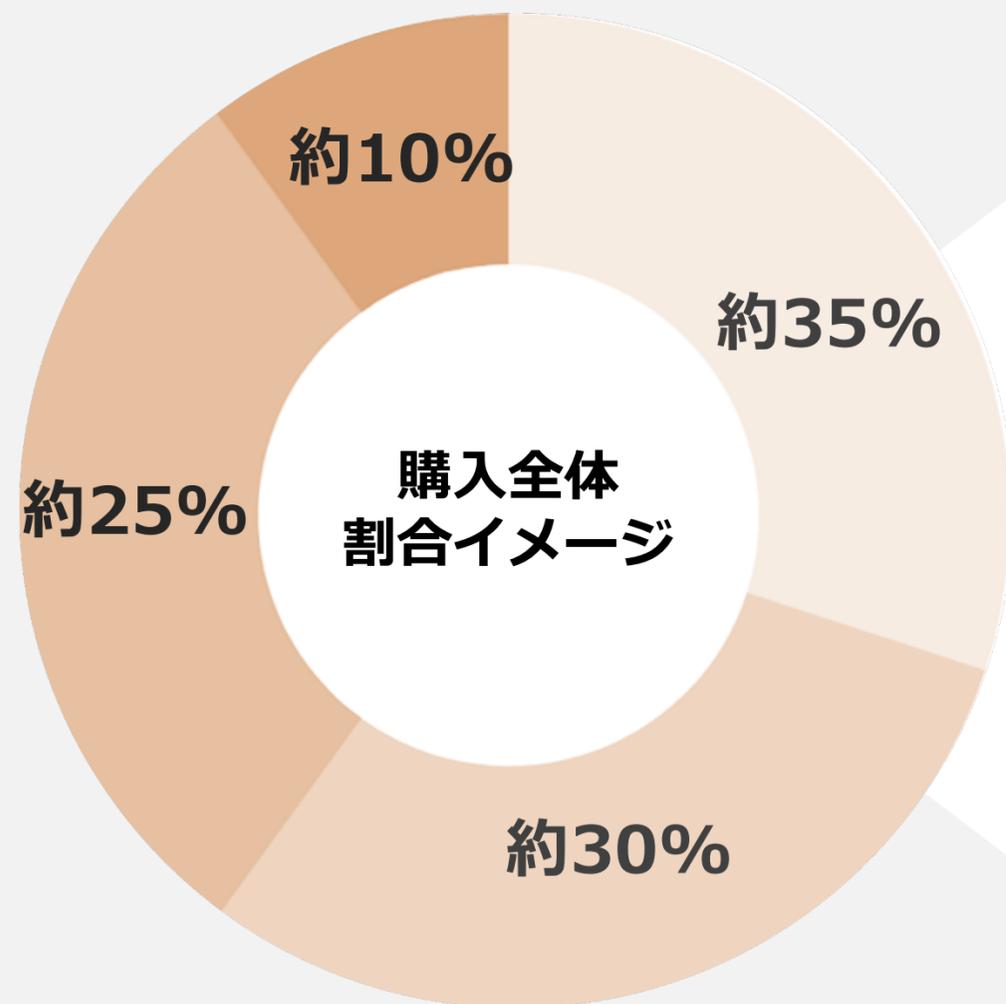
スクロールヒートマップ



ルッキングヒートマップ

購入割合イメージ

今回のプロジェクトで得られる購入割合のイメージは下記を想定しています。
メインの広告となるWEB・サイト運用以外にも囲い込み施策を考え、
よりパフォーマンスなECサイトの効果を発揮できるようにオプションの準備もしております。



約35%

WEB・各種広告

今回のプロジェクトのメイン広告となるWEB・各種広告により獲得できる割合想定

約30%

SNS運用 (新規客向けオプション)

今回のプロジェクトのオプションで選択いただける各種SNSの運用により獲得できる割合想定

約25%

CRM運用 (既存客向けオプション)

今回のプロジェクトのオプションで選択いただけるCRMの運用により既存客の囲い込みとフォローで獲得できる割合想定

約10%

オーガニック検索・その他

貴社のお店を既に知っている人や偶然検索ワードにヒットした顧客の購入の想定割合

ECサイトの構築のサンプル・事例

FANVESTが作成し一次産業者へ提供するECサイトのイメージ

顧客へダイレクトに
売ることのできる
サイトの設営



これまで店頭に出せなかった商品の販売で利益を創出

料金概要と お申込みスケジュール

収益目的ではなく貴社の収益を支援したい強い思いから
プランニングした料金設定に関して最後にお話しします。

お申し込み スケジュール

お申込書にご記入から
貴社・貴社商品のヒアリング、
製作期間を合わせてリリースまで
1ヶ月程度のリードタイムがございます。

お申し込み

弊社が貴社商品に関する情報を保持するためのご同意書と料金に関する双方合意のための書面にご署名ご捺印をいただきます。

ヒアリング

貴社商品の強みや貴社の商品にかける思い、こだわりをインタビューいたします。サイト構築のための素材をご提供いただきます。
(素材がない場合にはオプションをご利用ください)

サイト構築

いただいたヒアリング内容をもとにサイトの構築に着手します。
(納品まで2~3週間)

サイト公開・集客サイトへの掲載スタート

制作したサイトのローンチと同時に集客サイトへの掲載がスタートとなります。

納品・運用

サイトの納品後、継続的に購入数向上のコンサル・運用を行います。

今回のプロジェクトの料金に関して

ECサイトの構築

集客サイト掲載

インフルエンサー集客

SNS集客

①～④全てを
売り上げの35%のみの
完全成功報酬で行います

オプション料金

LP製作

(お申し込みの1ヶ月後納品・リリース)

100,000円 (税抜)

スチール撮影

50,000円～100,000円 + 交通費 (税抜)



FANVEST

ご清聴いただき ありがとうございました

株式会社ファンベスト
藤間 亮太郎

Mailing address

東京都新宿区新宿4-3-17
FORECAST新宿SOUTH6階

Email address

touma@fanvest.so.jp

Phone number

03-6856-7726
