

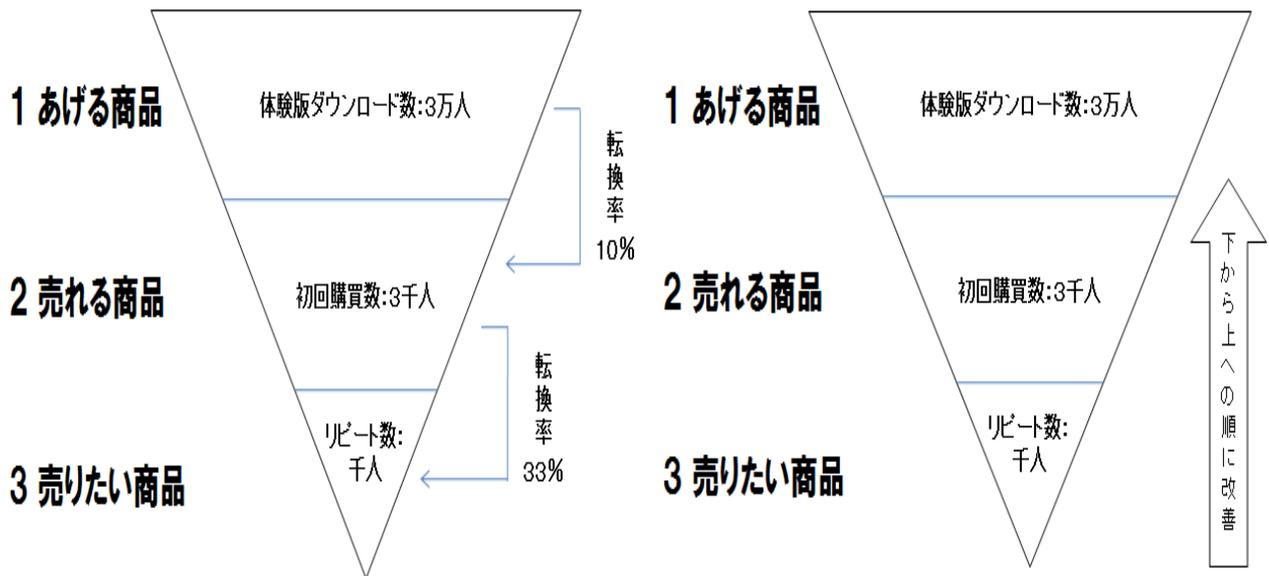
数値化して使えるツールにする ～ 「プロダクトフロー」という考え方④ ～

プロダクトフローも数値化できるツールです。

売りたい商品売るためには、

- ① あげる商品をもろう人の数を増やす
- ② あげる商品 → 売れる商品への転換率を高める
- ③ 売れる商品 → 売りたい商品への転換率を高める この3つしかありません。

理想的には、チャートの下の方から手を打っていきます。その方が効率的だからです。水漏れ分析と同じ考え方で、あげる商品を上からどんどん配っても、下の方でどんどん水が漏れていったのでは効率が悪いからです。



チャートの下の方の手段が、コスト効率がよくなります。理由は単純で、対象となる顧客の数が少ないからです。ソフトのダウンロードは無料かもしれませんが、それを知らせるための広告費などは当然かかります。ガムのサンプリングにしても、作って配るのが1個8円で済んだとしても、100万個配ったら800万円になります。「あげる商品」は、対象者が多くなる分、コストがかかるのです。

いつまでもチャートの上から下への方向の働きかけを考えるのではなく、下の方のお客様への働きかけをじっくり行うことが必要になります。