

ぽんきちの価格改定、出品コメント

丸秘設定マニュアル

(改訂版) FREE 版

2015年3月

ぽんきち

目次

はじめに

ぽんきちの価格改定・出品コメント丸秘設定マニュアル

- 1 本、CD、DVD の価格設定について
 - 1-1 中古品の場合
 - 1-2 新品の場合
 - 1-3 価格改定の頻度について
 - 1-4 価格の心理学；科学的に効果が実証されている「端数」

- 2 本、CD、DVD の出品コメントについて
 - 2-1 出品コメントについての基本
 - 2-2 具体的なコメントの書き方

おわりに

はじめに

- 1 各ツールには、詳細なマニュアルがあり、サポートもしっかりしているので、積極的に活用してください
- 2 (基本的には) 在庫を持つ商売である「せどり」で最も怖いのは、「売れない」(=赤字) ことです。かといって、安く売りすぎれば利益は残りません。だから、このレポートの目的は、せどり用ツールを利用して、結果として最も利益が残りやすく、効率の良い価格最適化法+出品コメントの書き方を教えることです(少しでも早く+少しでも高く売る)。

僕の経験に基づいて、価格改定に関して具体的な設定を教えます。そのまま真似していただいても構いませんが、端々に「こういった状況の方は」等の文言を入れますので、それぞれ、自分に最も適した設定をされることをおすすめします

- 3 大事なのは、「なぜ (他ではなく) あなたの商品を買うのか」を「価格」の付け方と、コメントの仕方で、お客さんを説得する事、誘導する事です。その為の意識的なノウハウ・テクニックがこのレポートです。
- 4 このレポート内のリンクはすべてクリックすると該当ページに飛びます
クリックできない場合最新のAdobeReaderを下記よりダウンロードして下さい(無料)
<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>
- 5 もし、このレポートが少しでも役に立つと思って頂いた場合、プリントアウトして複数回読まれることをおすすめします。その方が、より「自分のもの」になります(紙に印字して読む方が深く理解できることは科学的に証明されています)。一回きちんと覚えてしまえば、後はそれを繰り返すだけです

【応用】

FBA

FBA (アマゾンによる配送サービス) を利用することで、自己発送の出品者よりも高く売れることは良くありますので、FBA 利用者と、●●●●●●

(略)

この方法を取ると、●●●●●●

種類によっては、FBA の優位性が強い (KBF が価格よりも「配送スピード」であったり、「アマゾンブランド」であったりする) 場合があります。たとえば、「●●●●」「●●●●●●●●●●」(●●以上) などはその傾向が強いです。

これらの商品は、下記の「下限設定」をうまく組み合わせると利益が増やしやすいです。

「上限価格」「下限価格」

(略)

「上限設定の例」

(略)

「俺様価格」の基本は、●●●●●●●●●●

(略)

「下限設定の例」

1-2 新品の場合

(略)

新品：FBAについて

逆に、FBA を利用する場合、お客様にとっては、「在庫が確実にあり、すぐに届く」というとても大きな KBF があるので、高い価格をつけやすいです。

(略)

なお、その際に便利なのが、[FBA シミュレーター](#)というサイトです。アマゾンが提供しているものです。ここで、事前に必要経費等を入れて利益額を設定することができます。

(略)

【例外】

プレミア化した商品例としては、以下のようなものがあります。



一方で、新品の場合以下のようなリスクがあります。

「アマゾンの在庫が復活する」

「商品自体に人気がなく、中古が出品されだして新品でも全然売れない」

こういった状況になった場合は、「損切り」をする必要が出てきます。少しでも投資費用を回収する方が、「売れない」よりはまだだからです。

「損切り」のやり方は、●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●

1-3 価格改定の頻度について

さて、では価格改定はどのくらいの頻度でやればいいのでしょうか？

(略)

1-4 価格の心理学；科学的に効果が実証されている「端数」

『[現代広告の心理技術](#)』（レビューと特典は[こちら](#)）にも書かれているように、ある程度科学的に実証されている効果のある「端数」があります。以下です。「上限」「下限」を設定する場合や、固定価格で出品する場合、これらの端数にすることをおすすめします。



おわりに

適切な「価格設定+改定」+適切な「コメント」⇒商品力以上の売上に

商品力（アマゾンランキング）以上に、商品を回転させるためには、「価格」と「コメント」の力が重要です。そして、ここはライバルに差をつけやすい場でもあります。例え、同じ仕入れ能力であっても、中・長期的には結果が全然変わってきます（これ大事）。

このレポートで見てきたように、「価格設定」と「コメント」というのは、意外と奥深いものです。ただし、一度やり方を理解してしまえば、ずっと使えます。良い効果がずっと継続するので、頑張ってください。

また、僕が勧めている[せどりツール](#)の機能はとても充実しています。せどり業務の効率化には必須の要素が多数ありますので、是非最大限活用してください。僕の経験上では、サポートも迅速・丁寧ですので、分からないことがある場合、積極的に質問をするべきだと思います。

なお、このレポートについて、感想、要望、質問等ございましたら、遠慮なく連絡してください。[お問い合わせ](#)からお願いします。

では！

2015/ 03

ぼんきち