

作品売上げup講座①

ハンドメイド委託作家様のための
マーケティング戦術
～ペルソナ分析～

今やハンドメイドで食べていける時代！

- ハンドメイド市場の拡大
- ハンドメイド作品の価値の向上
- 市場のニーズ
- IT、アプリシステムの向上



etc...

作家様から多く寄せられる質問に、 こんな質問があります。

- どんなものが売れますか？
- 何を作ったら売れますか？
- どんな人が買っていきますか？
- どんな人が来ますか？(客層はどうですか？)

はっきり言ってしまうと「分かりません！」

何故なら、作品(商品)を購入するのは

「お店」ではなく「お客様」だからです。

お店の好みのものを作っても、

お客様が「いらないわ」と判断されると、

当然ながら作品は売れません。



あなたが作品を購入するとしたら・・・？

皆さんで、ちょっと考えてみましょう。

お客様が、作品(商品)を購入される時って、
どんな時だと思えますか？？

それぞれ意見交換してみましょ♪



「沢山の人に手に取って欲しいので、そんな作品を目指して作っています」

実は、多くのハンドメイド作家様が陥る罠はここです。

「沢山の方に手に取って頂きたい、そんな作品を作っている」

ネットショップやブログなどでうたっている作家様ほど、

委託販売では売上には繁栄されていません。

「沢山の方に手に取って頂く」ための汎用性のある作品は、

作品を必要としている人のためだけに作られたものではないのです。

真夏の炎天下で野球観戦をしている最中に、 「熱ーいしるこ」を提供されたら??

想像してみましょう。

うだるような炎天下。かき氷でもあったら嬉しいのにな。

そんな時に知らない人から「ほら、コレ美味しいしるこだよ～！

出来立てアツアツの時に頂くのが一番美味しいよ！！

1杯たった500円だよ！コレ買ってよ～！安いよ」

そのしるこ、あなたは心から欲しいと思いますか??

作品の売り上げをupさせていくためには？

真夏に、涼をとれるものが必要とされるように、

真冬に、暖をとれるものが必要とされるように、

作品(商品)を必要としている人に、必要なタイミングで、適切にアプローチを

行って「あなたが欲しいものは、今ここにあるよ！」と知らせること。

これがとても重要になります。



お客様の声をフィードバックする意味

パンドラのサービスの1つに「お客様の声を作家様にフィードバック」というものがあります。では、なぜ作家様にお客様の声を提供しているのでしょうか？



作品を購入してくださったお客様の性別、年代、家族背景、社会的背景・・・
作品を必要としているお客様の像が、ぼんやりと見えてきませんか？

たった一人のお客様に向けた作品が売上の鍵。

マーケティングの技法の1つに「ペルソナ分析」という方法があります。

お客様の仮面を被り、お客様になりきってイメージをして、たった一人のお客様に向けた作品を作ります。つまり、お客様の絞り込みを行います。

生産性が低く、オリジナリティを追求できるハンドメイド作品は、

このペルソナ分析はとても有効に作用します。

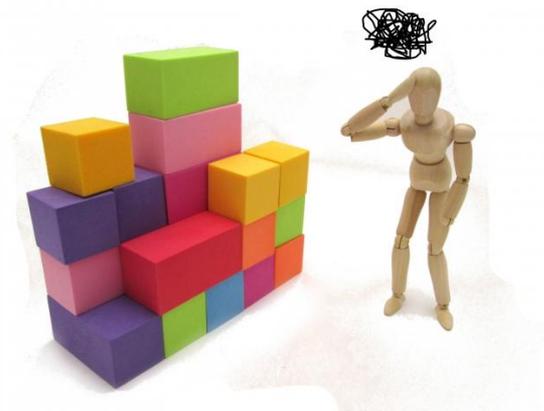
みなさんと、お客様の絞り込みの練習をしてみましょう。

売上upは一朝一夕にはならず。

今回はペルソナ分析について触れてみました。

では、ペルソナ分析を行うと確実に売り上げは向上

するのでしょうか？



トライ & 評価の繰り返し

ペルソナ分析は、お客様の絞り込みでしかありません。

大切なのは、ペルソナ分析で得られた結果に基づいて

作品を試作し(トライ)、お客様の反応を分析、

良かった点、不評だった点などを評価することなのです。

挑戦と評価のサイクルの繰り返し(※PDCA)の先に、ようやく

「お客様が求めている作品」=「必要としている作品」に辿り着くのです。



ご覧頂きまして、有り難うございました。

※こちらの資料は、通常店舗で販売している資料になります。

※オンラインサロン会員様のみ、無料で閲覧頂けます。

※こちらの資料を複製、口外することは、禁止致します。