

BUYMA で勝つ為の戦略講座



ここからは私なりの考えとノウハウ論を展開して差別化につながる一步をご紹介していきます。この商材の【肝】となるべき部分になると言っても過言ではありません。

まず、紹介する前に皆さんに知っておいて欲しい事があります。
私はノウハウよりも【考え方】が重要だと考えています。

とっておきのノウハウとかそういうのは正直ありません。勝ち続ける為の考え方がしつかりと頭の中に入っているので、今でも廃れる事なく売り上げを保ち続けています。これから紹介する事もとっておきのノウハウとかではなく、**勝つ確率を飛躍させる為の【考え方】**が中心になってきます。

一つずつ理解をして頂き、自分の頭に入れて、それを実証して頂ければ何も無い方と比べると結果の差が生まれやすいのは明白ですので、見逃す事なくご覧頂ければ幸いです。

・公式サイトを見る重要性(かなり大事)

この項目に関しては最初に紹介したという事もあり【非常に重要性が高い】ので必ず確認して理解を深める様にして下さい。重要なながらも他の BUYMA 情報発信者を含めキチンと話をしていない人が多いです。

◆公式サイト的重要性(YouTube)

<https://youtu.be/xWSbnRKG3Pk>

公式サイト在庫状況が BUYMA の売れ行きを左右しやすく、公式サイト価格が BUYMA 内での価格を決める事が多いので、一言で公式をキチンと見ているか、見ていないかで【BUYMA の基準】を把握しているかどうか分かってきます。公式を確認しないのは BUYMA で売れる可能性を自分から下げていると言っても過言では有りません。それぐらい重要です。

(1)公式サイトで完売している商品は BUYMA で売れやすい

理由は簡単です。手に入らないから他に流れているだけ。日本になくても海外にあるケースはザラに有りますし、そういった商品を探して提案するのが「バイヤーの仕事」です。

(2)公式サイト定価より安く販売すれば売れやすい

こちらも理由は至ってシンプルです。公式や店舗から来たお客さんを「価格の安さ」を武器に選んでもらいやすくなるという理屈になります。少しでも安く買いたいという考えはどんな人にも有りますので、その考えから私たちバイヤーがお客さんに商品を提案して買ってもらうという訳です。

(3)公式サイトに載っていない商品を出す

これは動画内では話していませんでしたが、公式サイトに載っていない商品(いわゆる日本未入荷)も売れます。日本で販売していないので、BUYMA に頼るしかないので売れやすいです。狙って出すのは難しいですが、公式サイトを日々確認していれば

「日本未入荷」も見つけやすいので、その点を踏まえても公式サイト的重要性が分かりますよね。

これら3つは【基本中の基本】ですので、絶対に覚えておいて下さい。

この理屈から外れてくると売れなくなるバイヤーの一途を辿る事になります。BUYMAで商品を購入するお客さん心理の基盤がこの3つなので、この3つを意識すれば売れやすくなり、意識しないと売れないポンコツバイヤー止まりになります。

自分がよく出すブランドはスマホでブックマークしておいたり、最近ではブランド側が公式アプリを出している場合もあるので、更新情報も踏まえて定期的にチェックするのがオススメです。

情報社会というだけあってこういった細かい情報を把握して、その情報を活かしている人が勝ちやすいのは間違いありません。勝つ為にはライバルよりも細かく情報をチェックして自分の出品活動に充てるのが重要になってきます。

・BUYMA 内のリサーチ

色んなリサーチ方法がありますが、私的にはこのやり方だけちゃんと使いこなして知っていれば、他はそんなに必要では無いと思っているぐらい重要性が高いリサーチ方法です。

◆BUYMA 内リサーチ(YouTube)

<https://youtu.be/-YsxNqr3Xrw>

この動画で言いたい事は非常にシンプル。

【【ライバルを減らして勝つ】】

これだけです。

勝てない人ほど強い所に突っ込んで負けている印象があります。ではなく自分が勝てそうな所を事前に調べておいて、その上で勝てそうな所に出品をしていく。

これが【BUYMA で勝つ為の基本】だと私は考えています。

この勝てそうな所の数の大小が「利益」に繋がってきます。私の場合はこの勝てるジャンルを沢山知っているからこそ一からアカウントを立ち上げても最短で結果を出す事が出来ています。

全く評価のないアカウントでも、一からハイブランド売る事に成功していますし、自分のノウハウを他人に伝授しても上手くいくのはこうした細かいリサーチを繰り返して検証し、実証したデータを基に自分の中で勝てる場所を沢山知っているのが理由になります。

「大量に出したから売れる」

ではなく、

「自分が勝てる場所を見つけて出すから売れる」

が正解です。

Amazon やメルカリがどういう理屈かは正直よく知りませんが、BUYMA だけで絞ってやってきた身の私から言わせれば「BUYMA は数撃っても当たりにくい媒体」です。数を撃つ中で精度も意識していかないと受注に繋がりにくく、労力に見合わないケースが殆どなので、数に頼る人ほど「BUYMA は稼げない…」と嘆いて辞めていく印象があります。

勝てそうな所を見つけて、そこに対して出品して行って、結果的にどうなるかを検証する。検証して反応が良ければそこは自分にとって勝ちやすい場所の発見になりますし、反応が悪ければ次からは省いて出すとリサーチの精度向上に繋がります。

【根拠のある出品】

これが出来てるか、出来てないかはまじで大切です。

・売れにくいブランド

先ほどのブランド選定では「練習も踏まえてそこまで気にせず選んで下さい」と書きましたが、今回はちょっと掘り下げてブランドについても解説をしていきます。

《出品しても反応が悪い割合が多い》

GUCCI、BALENCIAGA、Christian Louboutin、OFF WHITE、GIVENCHY、JIMMY CHOO

この辺のブランドは私が過去に出品してきた中でも「反応が悪いな」と感じたブランド群になります。決して「売れない」という訳ではないのですが、他のブランドと比べると反応が悪い傾向があるので、出品しても反応が悪い場合が多いに該当させて頂きました。

《GUCCI》は「人気ブランドだから売れるのではないか？」と疑問に持たれる方も多いでしょう。解説すると「あまりショップ内で安くないケースが多い」ので、売れにくいに該当させて頂きました。事実、過去数年間の受注を振り返ってみても GUCCI は割合としてかなり低い印象があります。

ショップ側も「人気ブランド故に売れやすいから割引しなくても売れやすい」という点もあるので、こちら側としてはお客さんに安く提案しにくいので「売れにくい」という判断です。

もちろん GUCCI を安くしているショップが全く無いという事ではありませんので、狭い視野での話ではなく「全体的な感覚として出品しても安く出しにくいから売れにくい」という認識でお願い致します。

・売れやすいブランド

逆に反応が取れやすいブランドも紹介していきます。時期的に売れやすい、売れにくいというのもありますので、そういった点も踏まえて参考程度に見て頂けると幸いです。

《出品して反応が良い割合が多かったブランド》

Dior、CELINE、LOEWE、Maison Margiela、MM6、FENDI、JIL SANDER、PRADA、SAINT LAURENT

この辺は比較的勝ちやすい印象があります。最近は一昔前の派手目なブランドよりも「シンプル寄り」のブランドが好まれている傾向が強く、今回のこのブランドラインナップはシンプル寄りに該当する、いわゆるトレンドの強いブランドになります。

私含め、普段教えている生徒さんからも「売れています」と反応を頂いているブランドになりますので、他のブランドと比べると反応が取りやすいブランドという認識で覚えておいて下さい。

この中で特徴を深掘りして話すと「Dior、CELINE、LOEWE」は扱っているショップが他の4ブランドと比べると少ないですが、仕入れが出来ると売れるスピードも早く、利益が取りやすい印象があります。

ただ、売れるが故に「在庫の回転が他より早い」というデメリットもあるので、BUYMA内の価格よりもこちらが安く出せる場合など、目星の商品がある場合は有在庫にしてみると勝ちやすく利益を稼ぎやすいです。

・勝ちにくいジャンル

ここで私が言う「売れやすい、売れにくい」というのはライバルの強弱含めて総合的な出しやすさなども踏まえた上での「売れやすい」という認識で読み進めて頂けると幸いです。

BUYMA では売れやすいジャンル、売れにくいジャンルが綺麗にくっきり分かれていると私は考えています。当然ながら売れやすいジャンルの商品を出品していれば売れる可能性は上がり、売れにくいジャンルは出してもリターンを得られにくいので微妙な結果になりやすいです。

であれば、最初から売れにくいものは避けて、売れやすいものを出していくのが正解に限りなく近い出品方法となります。今回は「勝ちやすい、勝ちにくいジャンルの2つ」を公開していきますので、キチンとメモして出品活動に充てていって下さい。

《勝ちにくいと感じるジャンル》

・革小物

長財布、コインケース、カードケースなど

・ロゴ系アパレル

Tシャツ、スウェット、パーカーなど

・iPhone ケース

新型の iPhone ケース

この辺りは私は基本的にオススメしません。

理由は明白で「ライバルが強すぎて勝てない」

これに尽きます。この辺りのメジャーラインは誰が見ても売れるのが明らかな商品が多く、出品者数も多く、価格競争も熾烈になりやすい事から初心者クラスが手を出しても売れる可能性はかなり低いです。

逆に言うと「勝てる根拠」があれば出品すれば売れる可能性は高いと言えます。例えば SALE でめっちゃ安く出品されている、普段完売している商品がたまたま入荷していたなど理由がある場合は OK です。

私が言いたいのは普通に出すだけでは勝てる見込みは薄いのでオススメませんが「ライバルと比較して勝てる理由が有る場合はこの辺のジャンルを逆に攻めるのも有りです」といった意味合いでお願いします。

・勝ちやすいジャンル

私が長年バイヤーをやっていて勝ちやすいと感じたジャンルを紹介していきます。

・セットアップ

上下の揃ったブランドアパレル系

・アクセサリ―類

ネックレス、指輪、ブレスレットなど

・紳士系小物

下着類、ネクタイ、チーフ、靴下など

この辺りは【ガチ】でオススメです。

私の戦略はライバルが少ないところを攻めて勝つのが原則なんですけど、その原則に添った上でこの3つのジャンルは「どのブランドでも勝ちやすい」という鉄板中の鉄板なので、皆さんにもお試し頂きたいです。

「セットアップ」はバラ売りされている事が殆どで、単品では出品していてもセット売りしている人はマジで少ない。一発売ればかなり利益取れるのでなんでみんなやらないんだろうかと疑問でしかない穴場ジャンルです。

「アクセサリ―類」はギフトシーズンと夏にめっぽう強いです。夏場は肌の露出が増えるのでアクセサリ―を持って煌びやかにしたい人が多いと感じるのと、クリスマスや誕生日などのプレゼント需要としても優秀。

「紳士系小物」は単価は低いながらも需要が有るので売れやすく、やってる人もそこまで多くないので勝ちやすいジャンルの一つです。有在庫として複数抱えてもそこまで負担が大きくなりにくいのも利点の一つ。

この辺は冗談抜きで「私も出しているジャンル」なので、色んなショッップを見る中で見かけたら即出品しても問題ありません。下手な商品出すよりもこの辺出す方がよっぽど売れやすいです。

・通年通して売れやすいモノ

お客さんのニーズは時期に寄って変化します。夏は「サンダルや水着などのアイテム」で冬は「ニットキャップ、ダウンジャケット」など、季節に適応した商品はそのシーズン内では売れやすいです(言うまでもないですが)

逆に言うと季節を問わず「通年通して売れやすいアイテム」というのも存在します。俗に言う「オールシーズンアイテム」というやつです。この辺を把握しておくとしーズンが終わっても腐りにくいアイテムを把握しつつ、有在庫にする時の指標にもなるので、理解しておくとし出品に箔が付きます。

- ・スニーカー
- ・Tシャツ、長袖シャツ
- ・スウェット、パーカー
- ・キャップ
- ・アクセサリ類
- ・紳士系小物
- ・革小物
- ・バッグ類

季節モノは季節の変わり目に弱く、定番モノは変わり目に強い

季節モノはピーク中は回転も早く「ずっとこの流れが続けば良いのに…」と思うほど売れやすいジャンルです。しかし世の中はそんなに甘くないので季節の変わり目が来ると急に売れにくくなるデメリットも抱えています。

そこで活躍するのが「通年通して売れるアイテム」の登場です。この辺はいつ出しても売れる可能性のあるアイテムですので、売れそうなモノは無在庫でも有在庫でも可能性が高い商品になります。

先ほども紹介した「アクセサリ類と紳士系小物」に関しては通年通して売れる上にライバルも少なく、需要も有り、売れやすいという【3強】ともいえるスーパージャンルです。なのでやはりオススメです。

・メンズの特徴

勝ちやすいカテゴリー、勝ちにくいカテゴリーと分かれるように、男性女性と性別に寄っても売れやすいカテゴリーはそれぞれ異なってきます。これに関しては「男性と女性でネットショップについての考え方が異なる」と言うのが大きな要因となってきます。

先ほども紹介しましたが、詳細は下記の動画で説明していますので、今回は文字だけで説明していきます。

《メンズの売れやすいジャンル》

アパレル系、靴系、紳士系小物、ショルダーバッグ、クラッチバッグ、バックパック

《逆にメンズの売れにくいジャンル》

トートバッグ、ハンドバッグ、ミニウォレット系

これは私の個人的な感覚も含めませんがメンズの「アパレルと靴」は非常に攻めやすく売れやすいと考えています。レディースと違って、男性の場合は多少のサイズ差であれば気にせず前後のサイズでも購入してくれる場合があるからです。

つまり「該当サイズが在庫切れ」でも、前後のサイズを提案して受注になるケースが女性と比べると多いという意味合いです。無在庫でやっていると「在庫切れ」が一番の天敵になりやすいのですが、メンズの場合はその在庫切れをレディースほど気にせず攻められるという点が利点です。

メンズの場合「サイズが合わなくてもブランドと分かれば良い」など女性ほど敏感に気にしない人が多いのと、男性脳の特徴である「面倒くさいからそれで良いよ」という思考があるので、多少のサイズ誤差や、価格差なども気にせず最安値じゃなくても目に着いたら購入してくれるなどの点もあるので、非常に売れやすいと私は考えています(メンズ推しです)

売れにくいジャンルは男性らしくない物が該当しています。基本的に男性は面倒くさがりやで、手ぶらを好みます。私なんかも普段荷物は持たないのですが、持つ場合はバックパックが多くショルダーバッグやビジネスバッグは持ちません。これは手で持つのが面倒くさいというのが理由です。

その影響もあってか、メンズで売れやすいバッグ類は「持ち手が楽を出来る物」が該当しやすく、逆に楽をしにくい手持ちのバッグは売れにくい印象があります。

ショルダーバッグは「掛けるだけで楽チン」

クラッチバッグは「脇に挟めば楽チン」

バックパックは「背負うだけで楽チン」

この辺のジャンルは通年通して売れますし、どのブランドでも比較的人気が高いので出品しておきましょう。最近の人気度合いで言うと「ショルダーバッグ」が特に人気が高い印象があります。ベルトバッグやメッセンジャーバッグなどもショルダーバッグに該当します。

「じゃあ、他のバッグ類は売れないの？」

と、疑問に思うかもしれませんが、売れやすさで言うと売れやすいジャンルには大きく劣ると思います。ただ、バッグ類の中には「ビジネスバッグ・ポストンバッグ」も存在します。

この2つに関しては「ニーズは少ない」ですが「欲しい人は欲しい」といった印象を私は持っていて、昨今のコロナの影響、ビジネスのカジュアル化などに伴い、昔と比べて今は需要はそこまで高くない印象です。

ですが、欲しい人は欲しい。と言うジャンルが「ビジネスバッグ・ポストンバッグ」の2つです。昔ほどブランド側も力を入れておらず、ライバルも強くないのでこの辺は見かけたら出品しておく程度で良いと思われれます。

《季節ごとの服類オススメジャンル》

夏→ロンT、タンクトップ、デニムショーツ、デニムパンツ

冬→ダウンベスト、デニムシャツ、デニムジャケット

・レディースの特徴

対してレディースの特徴はどうでしょうか。実生活でも男性と女性は意見が食い違いやすい「空と海」の様な交わりそうで交わらない生き物ですが、商品購入の傾向を見ても男性と女性でニーズが変わる印象があります。

《レディースの売れやすいジャンル》

トートバッグ、ハンドバッグ、ミニウォレット系、靴系、バックパック

《逆にレディースの売れにくいジャンル》

アパレル系、ショルダーバッグ、クラッチバッグ

そうなんです、殆ど【真逆】なんですよね。

男性が買いやすいモノは女性は買いにくく、女性が欲しいモノは男性は欲しくない。男性と女性が一緒に居ると喧嘩が起きやすい理由も不思議と納得してしまいます。

私の出品している商品に基づいている検証結果なので「私はアパレル系めっちゃ売ってるけど」という方もいらっしゃるかと思いますが、売れにくいに該当させてる理由もありますので、それも踏まえて紹介していきます。

そもそも女性は「自分に理想に合う服」を探す傾向が強いです。男性と違って「服はおまけ」と考えるのではなく「理想」というイメージがあってそれに合う服じゃないと嫌だという方が多いです。なので、ネットで高い服を買う人は男性ほど多くないんですよね。

よくある「芸能人の〇〇ちゃん」が愛用しているから私も欲しい！

これは芸能人という理想を見て、それと同じ様なスタイルを自分自身も愛用したい。つまり同じ様な感じで私も着たいというニーズです。男性の場合だと「〇〇くとある程度同じデザインの服ならOK」というアバウトな考えが多いのに対して、女性の場合は「シルエットなど細かい部分まで真似したい」という人が多いんですよね。

つまり、ネットで服は探すけど、実際に購入するとなると「不安」になる人が多いんですよ。これは自分の理想通りにいくのか「不安」になるという意味合いです。なのでネットで見て結果的に店舗で購入するという人も多いです。

最近は「わざと大きめに着る」というルーズ寄りの服が流行っているおかげで売りやすくはなりましたが、昔は売れても「サイズが思ってた感じと違うから返品したい」とか結構多くてレディースは売るのが面倒くさいからやめようかと考えていたくらいです。

購入するカテゴリーが男性と比べると偏りやすいというのもあって、売れる商品ジャンルが「一極集中」しやすいと私は思っています。一極集中しやすいからこそライバルも集中しやすく、メンズと比べると「レディースの方が戦いにくい」です。

逆にいうとその辺を踏まえた上で差別化が出来ればレディースも面白いです。誰よりも早く出すとかも良いですが、男性より女性の方が BUYMA 利用者比率は高いので「売れ筋を有在庫」にするとスピード感を持って在庫を捌く事も可能です。レディースのアイテムをメンズで出す、メンズのアイテムをレディースで出すなどの【逆出品】も有効です。

《なんだけど、実は売れやすい穴場ジャンル》

T シャツワンピース(オールインワン)、エスパドリーユ、スカート類

BUYMA は選択肢を減らした方が強い(重要)

これまで良いもの、悪いものをそれぞれ紹介させて頂きましたが、皆さんにはより理解を深めて欲しいのでこちらも補足を加えていきます。

“BUYMA は狭く深くやってる人の方が強い”

幅広くやっていて勝ち続けている人は上位のバイヤーのみで、初心者のうちから色々と手をつけて上手く行ってる人を私は知りません。何かしらの【自分の得意分野】を持っていて、その分野をひたすら攻めつつ、少しずつ拡張している人の方が勝っている印象があります。

得意分野とは「勝てるカテゴリー、勝てるブランド、勝てる戦略」などを自分の中である程度確立している事を指します。例えばこのブランドは「〇〇のジャンルは強いけど、〇〇のジャンルはライバルがそこまで強く無いな」などの自分なりの勝ちやすいポジションを持っている状態です。

こちらのリサーチで見つけた場所を「出品して検証」を繰り返して反応の良い物を抽出して、反応の悪い物を切り捨てていく。これを繰り返す事でそのブランドの中で何を出品して、何を出品さないべきかが徐々にわかってくる様になります。

例えばサンローランのバッグを狙っているとして「ブラックのバッグは反応悪い」けど「カーキのバッグは反応が良い」という場合はブラックを同じ様に出し続けるよりも「カーキを出した方が反応が取れやすい」と”仮定”出来ますよね。

であれば、その過程に基づいて「カーキのバッグを攻める」という事をすれば自分なりの仮説が「正しいのか」「正しくないのか」の結論が出てきます。この検証で反応が良かった場合は「カーキのバッグは勝てる」となりますので、それが【自分のポジション】になりやすいです。

このようにがむしゃらに出すのではなく、何が良くて、何が悪いのかを出品していく中で仕分けをしていくと「勝てる可能性を上げながら、売上も伸ばしやすい」というメリットを得つつ出品数を増やす事が出来ます。

【重要】知っておいて欲しい BUYMA の現実

「「少し長いですが、この項目は初心者が陥りがちな状態を書いているので、肝に銘じて最後まで呼んで欲しいです」」

① 出品数が足りないから売れないは間違い

売れてない人ほど「適当に数ばかり出品」をしている傾向が強く、根拠も見直しもしないで売れない理由を「出品数が足りない」と一言で片付けている人が殆どです。

そういう人ほど「売れてないのに外注しよう」としたり「特定のショップの商品を片っ端から出す」などの愚行に走り始めます。いうまでもありませんが、そんなに適当にやっで売れるほど BUYMA は甘くありません。

私は今でこそ「テストを答えを見ながら解いてる要領で売れる商品が分かる」のですが、昔はとにかくヒドくて「Farfetch の商品を片っ端から出す」とか「とにかく1000品出す」とか根拠もクソも無い状態で得られた報酬はごく僅かという何が悪いのかすら理解しておらず、ネットでノウハウを漁る事をしていました。

色んな教材も買いましたし、ネットに落ちてる情報も色々見ましたがどれも革新的に自分を変えてくれる様なものは無く、辿り着いた答えは「勝てる方法は自分で見つけるしかない」でした。

「自分のポジションを見つけて、ライバルに勝っているから利益が伸びる」これは当たり前の話ですが、理想を抜いた至極現実的な話です。めっちゃヤバいノウハウがあるから勝っているとかではなく周りのライバルよりも自分が良いポジションを地道に見つけたから勝っていて、それが利益(結果)になっただけの話。

数だけ出すのではなく「この場所なら勝てるかもしれない」と根拠を持って出品した方が売れる可能性も上がりますし、次に繋がる出品が出来ますので、適当に出しまくれば売れると思った時点で【オワコン】です。そうすると「勝てそうな所を地道にリサーチして開拓する」という事になります。ですが、これはめっちゃ地味で面倒くさい作業なんですよね。

そうすると「もっと良いノウハウを!」と現実から逃げようとする人が多いのですが、その行動も言うまでもなく間違いです。

そ、れ、に、地道に開拓して検証した方が実は【近道】だったりします。

そもそも私が売れる商品がある程度分かる様になったのは「過去に膨大な出品をして、膨大な失敗」をして何が売れて、何が売れないのかを経験として把握しているからです。言ってしまうと【超失敗者】と言われても仕方ありません。

で、す、が、その対価として売れる商品が【圧倒的に見える様】になりました。

過去に私は何度もアカウントを消していますが、何度も復活して最短で利益を上げられるのは「答えが見えるから」です。どうやったら答えが見える様になりますかと聞きたくなりがちですが、これは地道な作業を乗り越えた苦行を制すると見れる様になるのが答えです(楽じゃなかった...)

バイヤーと聞くとキラキラした世界を想像されるかもしれませんが、私含めて売れているバイヤーも普段やっている事は「地味で面倒な作業をプロとして仕事の自覚を持ってやっている」だけです。

「量から質を、質から結果を見出そう」

2 地味な現実を乗り越えれば"勝てる"のも現実

ここまでで「やっぱり BUYMA やめようかな...」と思う人もいるかもしれません。逆にいうと続けようと決断している人からしたら「ラッキー」です。ちょっとした事を言われただけで辞める人がいるのは続ける選択を取っている人からしたら好都合でしかありません。

辞める人が増えればその分の利益が自分に入ってくる可能性がありますから現役で BUYMA を続けている身からすれば「どんどん辞めてくれー!」って感じですよ。

この現実と向き合った上で【私は BUYMA をやる】と決断出来る人はいずれ結果を出せるバイヤーになれるでしょう。

辞める人は BUYMA の現実を負けた人なので、その人達を乗り越えて上に行ける人はそれだけで【最大の差別化】です。

ここだけの話ですが、私も数えきれないくらい「BUYMA 辞めようかな」と考えましたし、暫くやってなかった時期や、PC を破壊して逃げた時期もありました。ですが、結局は「中途半端なダサイやつ」だと気づいて「自分にはこれしか無い」と奮起して今に至ります。

皆さんが思ってるような「売れる商品が見つからない」「やり方が分からない」とかその辺の考えは私はマジで頭の中を数千回レベルで経験済みです。その時に諦めてたら今この場にも立っていなかった事でしょう。私も皆さんと同じで【普通の人】からスタートしての今です。

「何が悪いのか...」「なぜ買ってくれないのか...」「自分の中では最高なのに...」

「ん?」「自分の中では?」

あれ、お客さんに向けて商品を売るのが仕事なのに「自分の中では最高」は考えとして【矛盾】しているんじゃないかと、ふと思います。ここで初めて自分よがりの【自己中運営】をしていた事に気付いて、自分目線で商品を選んでも売れないと言う事に気づくんですよ。

その結果得たのが「お客さんの反応を見ながら自分の行動を変えていくスタイル」です。出品して商品の反応を検証しながら今後の出品商品など自分の行動を変えていく流れを基本にしたやり方です。

今までは「売れてる人はセンスが良い人」と勝手に思っていたのですが、このスタイルに変えてから自分の感覚を捨てて、周りの感覚に自分の感覚を合わせる事が【商売をする上で最も大事なんだな】と気付きました。

売れない地獄を経験した事によって、結局はお客さんが主人公で、自分は主人公のサポートをする存在なんだと無駄なプライドを捨てられたのも私の中では大きな進歩でした。

お客さんを知るのは地味で面倒な作業です。ですが、数を重ねる内に「お客さんが求めている物」が徐々に分かってくるようになります。

そうすると「BUYMA ってめっちゃ楽しいな...」と心の底から思えるタイミングがやってきます。

自分の予想がお客さんの求めているレベルに達してくると答えを見ながらお金を稼いでいる様な気分になれるのでそこまで行ければ勝ちゲーです。この教材を見ている【特別な皆さん】には結果を出して自分の理想に少しでも近づいて欲しいので、諦めずに一緒に頑張ってください。