

取引先開拓 マニュアル

■ 推奨環境 ■

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の AdobeReader を無料でダウンロードしてください。

<http://get.adobe.com/jp/reader/>

■ 著作権について ■

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このレポートの著作権はおかつちよに属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートのご利用は自己責任でお願いします。このレポートの利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

目次

- 第1章 取引先開拓のメリットについて- 4 -
- 第2章 取引先開拓のデメリットについて- 7 -
- 第3章 取引先開拓方法- 9 -
- 第4章 アポ取りとそれ以降のやり取りについて- 12 -
- 第5章 取引先開拓を強くおすすめする理由- 16 -

■第1章 取引先開拓のメリットについて

新規取引先の開拓から、交渉など私自身が今までに行ってきた実体験をこのマニュアルではお伝えいたします。

まず、取引先開拓のメリットについて解説します。

- ・商品の補充だけである程度の月商を見込める

→1番のメリットになります。売れたら在庫補充。同じ商品を何度も販売することが出来ます。手間もかかりません。

- ・無在庫販売も可能

→取引先と十分に在庫について確認が必要ではありますが、通年販売可能の商品については Amazon などで販売した後、取引先に発注することで「無在庫販売」することも可能です。

・資金管理が健全化

→取引先によっては、商品購入時全額現金払いすることもあります。基本的には締め日・引き落とし日が決められています。クレジットカードのように支払いを先に伸ばせますので資金効率は良くなります。

・取引継続することで、有益情報を提供してもらえる

→担当者人間関係が築けると有益な情報を提供してもらえます。例えば私の場合は今までに新商品情報をいち早く教えてもらえたり、廃盤品を優先的に買わせてもらえたり、取引先の担当者が好意にしている取引先を紹介してもらえたりしました。

・購入数によりさらに安く仕入れができる

→5個買うと定価の7割で買えるものが10個買うと5割で購入可能。このように数量を多く買うことでより安く仕入れることが出来る場合があります。資金力は必要ですが大量購入による掛け率ダウンは狙っていきたいですね。

・問屋と取引できることで修理対応も可能

例えば家電の問屋と取引ができると、基本的には修理対応も受け付けてくれます。私の場合、店舗仕入や楽天仕入の家電が故障や不具合が原因で返品された物はすべてこの問屋に修理対応してもらいお客様に再度納品を行っています。これにより返品リスクは気にならなくなりました。ぜひ、みなさんのお近くにある家電などの問屋と取引できるようにコンタクトを取ってみてください。

■第2章 取引先開拓のデメリットについて

次にデメリットについて解説します。

・納品時現金払い

→私の取引先でも納品時現金払いはあります。納品時現金払いの場合は商品の回転や、資金の回収時期の目処など事前にしっかり確認しておきましょう。

・ロットで購入

→商品を取りにいける場所に取引先があればよいですが、郵送などの手段で商品のやり取りをする場合、最低ロットがあります。最低ロットはいろいろな単位がありますが、50個や100個などある程度まとまった数を仕入れなければなりません。ロットでの購入につきましてはAmazonでの売れ行きをしっかりとチェックして慎重に判断しましょう。

・薄利になりがち

→取引先から仕入れの出来る商品は JAN のついた型番商品に

なります。同一商品を取り扱いしているセラーもいますので薄利になりがちです。ですが、安定して何度も仕入れることができれば利益率は低くても良いと思っています。次回リサーチする時間は必要ありませんのでその手間分利益率は低くても良いという理由です。Amazon は価格競争が激しいですが、keepa で確認して安定して売れている商品については安易に値下げせずに売っていきましょう。このようは商品でも利益をしっかりと確保する方法について後ほど解説します。

■第3章 取引先開拓方法

・iタウンページ <https://itp.ne.jp/>



→あなたが住まいの近所でも取引してくれる企業は必ずあります。私自身、リサーチをしてみて身近に素晴らしい商品を製造・販売しているメーカーを何社も見つけることができました。

トップページにキーワードと地域を入力して検索してみてください。ヒットした取引できそうな企業をエクセルなどでまとめていきましょう。

・展示会

→東京など主要都市で開催される展示会や、規模は小さくても地域で開催される展示会は新規取引先開拓がとてもし易いのでオススメです。このような展示会に参加される場合は必ず「名刺」を持参してください。個人事業主の方であれば Amazon の屋号で大丈夫です。



・銀行や県や商工会議所行うビジネスマッチングに参加

→東京都

<https://service.chancenavi.jp/>

このような施策は全国どこでも開催されています。

このようにしてリサーチした企業のホームページ上の E メールアドレスを確認して、そこにアポのメールを送信していきます。

■第4章 アポ取りとそれ以降のやり取りについて

第3章でリストアップしたメーカーなどにアポと取っていきましょう。

やり方はいろいろありますが、私が今まで行ってきた方法について解説します。

・メールでアポを取る

→電話がNGということではありません。電話が得意という方は電話でアポを取ってください。電話ではなくメールを選ぶのは、

◆24時間いつでもこちらから連絡ができる(電話だと先方の営業時間中にかける必要があります)、

◆定型文を作ってしまうとそれを使い回せる、

◆メールでやり取りの履歴を残せる

このような理由でメールのやり取りをしています。

私が取引先に送っているメールのサンプルをご紹介します。もし利用される場合はみなさんのショップ名などに変更してご活用く

ださい。

メール本文

「株式会社 ○○

代表取締役 ○○○○様

突然のメール失礼いたします。

私は○○県○○市でECサイトを運営しております Amazon 屋号の○○と申します。

御社のホームページを拝見しご連絡させていただきました。

弊社は県産の○○品などの仕入れ販売を行っております。

ぜひ御社の製品も弊社で仕入れて販売させていただければと思っています。商品のお取引が可能でしたらぜひ一度お話しさせていただきますたく存じます。

勝手なお願いではございますがご返信をお待ちしております。

Amazon 屋号

○○○○」

このような文面でアポを取るようになっています。

次に面談時の交渉方法について解説します。

面談日までに取引したい商品情報をまとめておきましょう。

私の過去の経験から、面談の際に、先方から「弊社のどのような商品に興味を持たれたのですか？」と聞かれるケースが多いです。ここで、「Amazon で販売できて利益取れそうだから」などとは伝えるようでは取引は出来ないでしょう。

「御社の〇〇商品に個人的にも非常に興味があり、可能であれば EC サイトで販売させて頂きたいと思い、今回は連絡を取らせて頂いた次第です。」

このように商品に興味があり、EC サイトで販売が可能かどうかを確認するようにしてください。

また、いきなり仕入れ金額はいくらか？EC販売は可能か？支払いサイトはどんな感じ？ロットはいくつ？など、こちらの聴きたいことばかりを伝えるのではなく、訪問した企業の取扱商品などについてしっかり説明を聞いてからこちらの希望や要望をお伝えします。

まずは信頼関係の構築が重要です。

・アポが取れても取引を断られるケースがあります。

→当然ですが、アポが取れたら 100%取引可能、ということにはなりません。

メールの段階で「EC サイトは NG です」もしくは返信が来ないケースもあります。中には EC 販売に嫌悪感を持たれているメーカーさんもいます。

「断られることが通常で、取引できたら超ラッキー」くらいの気持ちでいきましょう。

私も今まで数百社にメールを送ってきましたが、取引できているところは 10 数社です。

■第5章 取引先開拓を強くおすすめする理由

先程のメリットとも共通することもあります。私は取引先開拓をやらない理由はないと思っています。

・労働型せどりからの脱却

→店舗せどりはガソリン代やETC代なども経費としてかかります。一日店舗に行けば体も疲れやすく、副業で取り組む方ですと家族との時間を失うことにもなります。

取引先開拓に必要な作業は自宅で可能です。

取引先開拓は空振りも多いので、気が滅入ることもありますが、一度取引ができてしまえばあとはリピート仕入れが可能となります。

日々、コツコツ開拓することでのちに大きな資産となります。店舗仕入れ+電脳+取引先開拓をバランス良く取り組むと良いと思います。

・銀行の融資を引きやすくなる

→銀行にこれから融資を依頼する人も多いと思います。その際に、必ず聞かれる事が「仕入先」です。

ヤマダ電機・ドン・キホーテ・楽天市場などと回答するのがNG というわけではありませんが、みなさんが開拓した地元の取引先を銀行の担当に伝えることで信用を得られやすいです。

・作成したリストの価値

→基本的には取引先が倒産しない限り仕入れし続けることが可能です。

リサーチ・交渉・取引開始まで非常にハードルは高いですがそれに見合うリターンがありますのでぜひ取引先開拓に取り組んでください。

・取引先の商品の出品方法

→基本的には有在庫ですが、商品リストをいただけるのであれば「全商品無在庫で出品」を検討してみてください。その際に納期などは事前に確認する必要があります。

出品価格は、販売時にしっかり利益が取れる価格に設定してください。

ここで「他のセラーの価格は気にしなくていいの？」と思われるかもしれません。

ですが、無在庫ですので、敢えて競合の価格に合わせる必要はありません。

しっかり利益の取れる価格で出品し、売れたらラッキー程度に考えておきましょう。意外に売れるものですよ。

・セット品のカタログを作成する

→食品などの商品を「セット品」にすることでライバル不在のカタログで販売し、しっかり利益を取ることも可能です。

カタログの作成方法は割愛しますが、例えば





このような組み合わせ販売を検討してみてください。

以上、取引先開拓について解説をしました。

最初のうちは成果に結びつかず嫌になってしまうこともあると思います。ですが、リサーチ→アポ取りのメール→返答によって面談→継続的な取引に

このような流れが出来てしまえば仕入れは簡単になりますのでぜひ取引先開拓を行ってみてください。