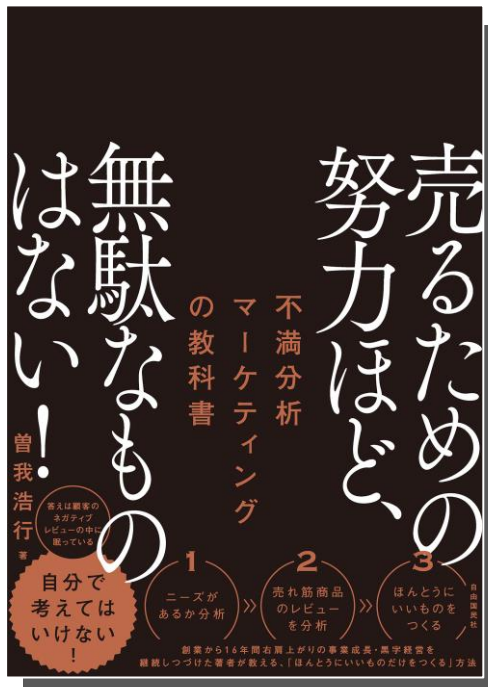


重要なのは「売る＝仕掛けを作る」努力ではなく、
「買ってもらう＝いいものを作って喜んでもらう」努力



売るための努力ほど、 無駄なものはない！

曾我 浩行・著

【著者：曾我 浩行(そが ひろゆき)】

株式会社Global Bridge Trading 代表取締役
 2006年、輸入販売業を始めたのをきっかけに独立し、2007年に株式会社Tradingを設立。創業から16年間右肩上がりの事業成長・黒字経営を継続し、EC事業だけで15億の売り上げを超える。自社開発商品も含め、通販事業で展開する商品数は常時1000点を超え、飲食店経営など多角的に事業を拡大している。

あのダイソン創業者も「不満」に着目してヒット商品を生み出した！
 本書は「不満分析マーケティング」(＝消費者が既製品のどこに不満を感じているかを分析すること)を使いこなし、ECの売上を伸ばすための本質的な考え方をわかりやすく解説した書。

【目次】	第5章 LPとCSで大差がつく！「買ってもらえるショップ」
第1章 「売るための努力」ほど無意味なことはない	第6章 理念を伝えてブランド力を高める「タグライン戦略」
第2章 いい商品とは「市場がある商品」	第7章 会社が右肩上がり成長する「戦略」と「仕組み」
第3章 アイデアを出すより、顧客の「不満」を拾え	第8章 不満を信頼に変えて「ビジネスの循環」を設計する
第4章 「不満」をつかんだら商品の価値に転換する	

貴店番線印 ご担当 () 様	注文 冊	<h2>売るための努力ほど、 無駄なものはない！</h2> <p>A5判 240P 本体予価1600円 ISBN : 978-4-426-12938-5</p>
----------------------------	-----------------	--