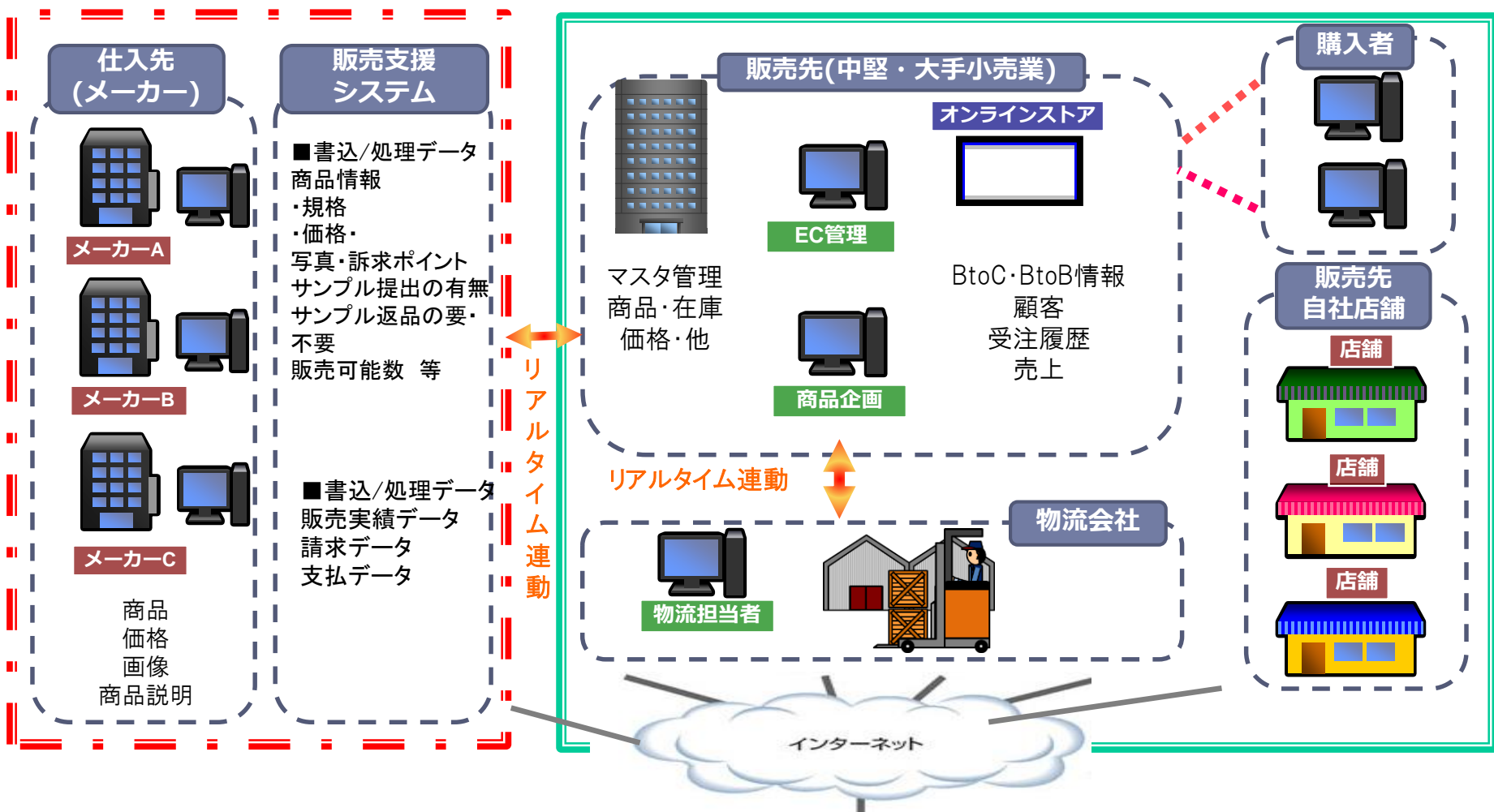
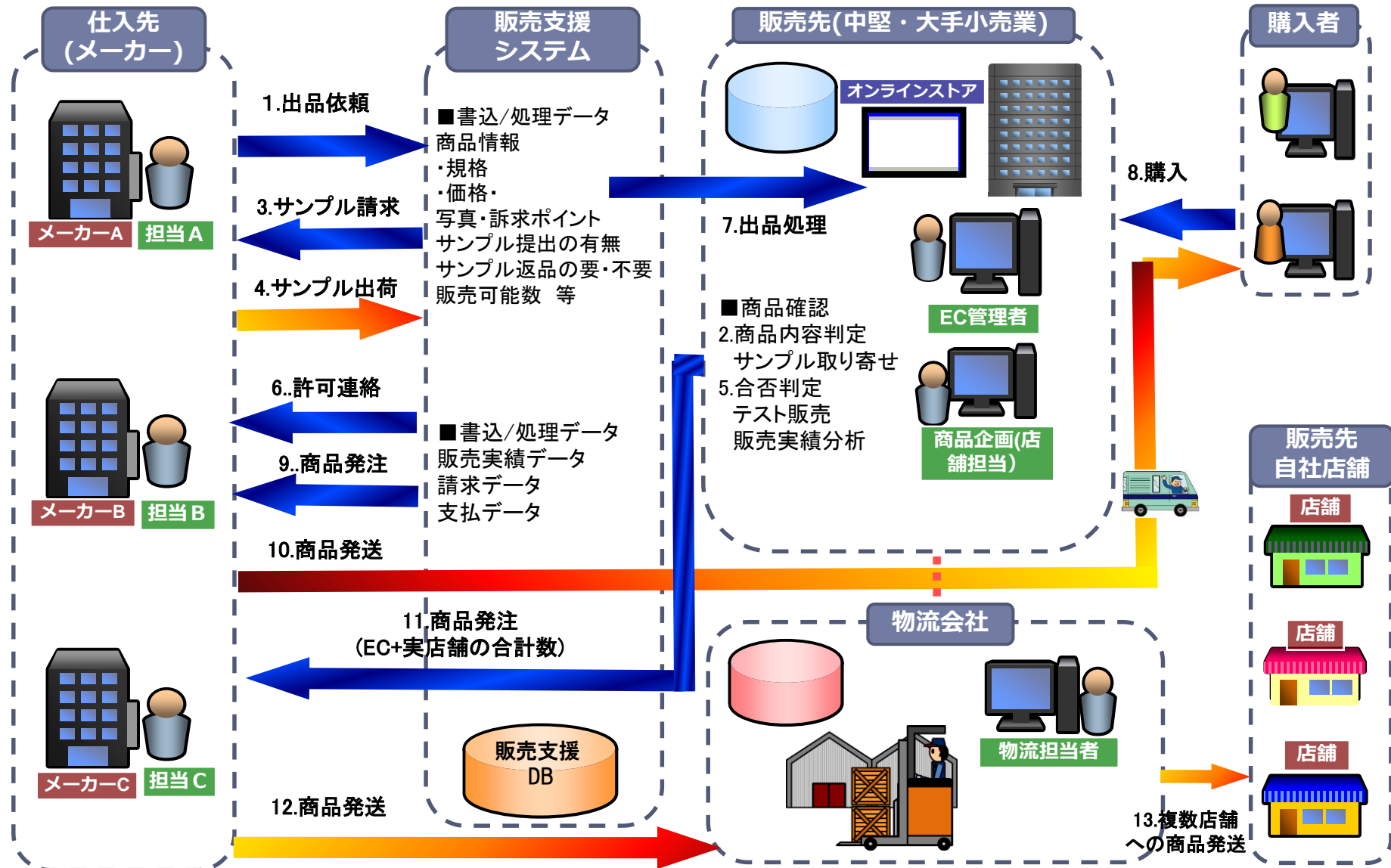


# 『販売支援システム』概要



# 『販売支援システム』運用イメージ



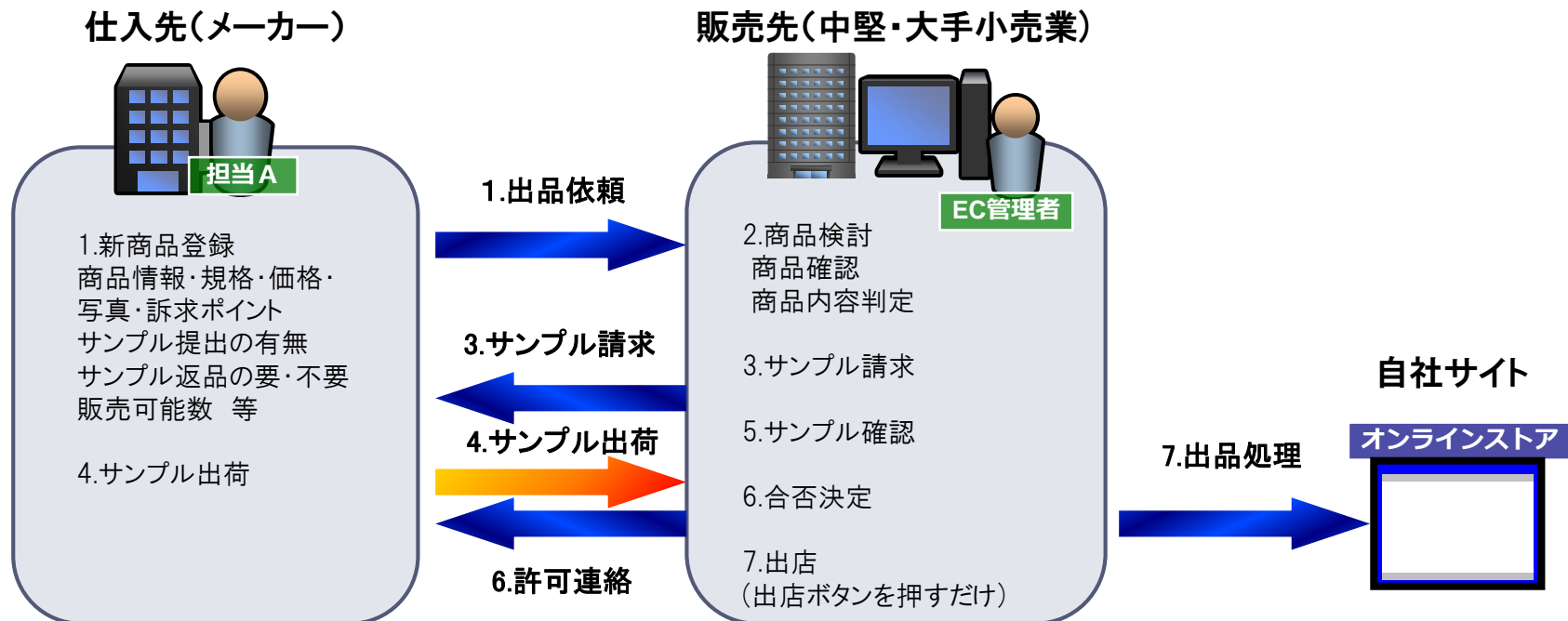
# 商品売り込みから取引成立に至るまで[その1]

## 1. メーカーが新商品を中堅・大手小売業に対し、売り込み

### 通常、取引に応じてくれない理由

販売先にとって、販売実績がない商品を、実店舗に並べるだけの商品数を仕入れるリスクは避けたい(売れるか売れないかわからない商品在庫を抱えるリスクは軽減したい)

でも、仕入れず手間もかからずに販売が可能であれば・・・  
⇒ サイト掲載検討の余地が見込まれる



# 商品売り込みから取引成立に至るまで[その2]

## 2. EC（オンラインストア）でのテスト販売

販売先  
メリット

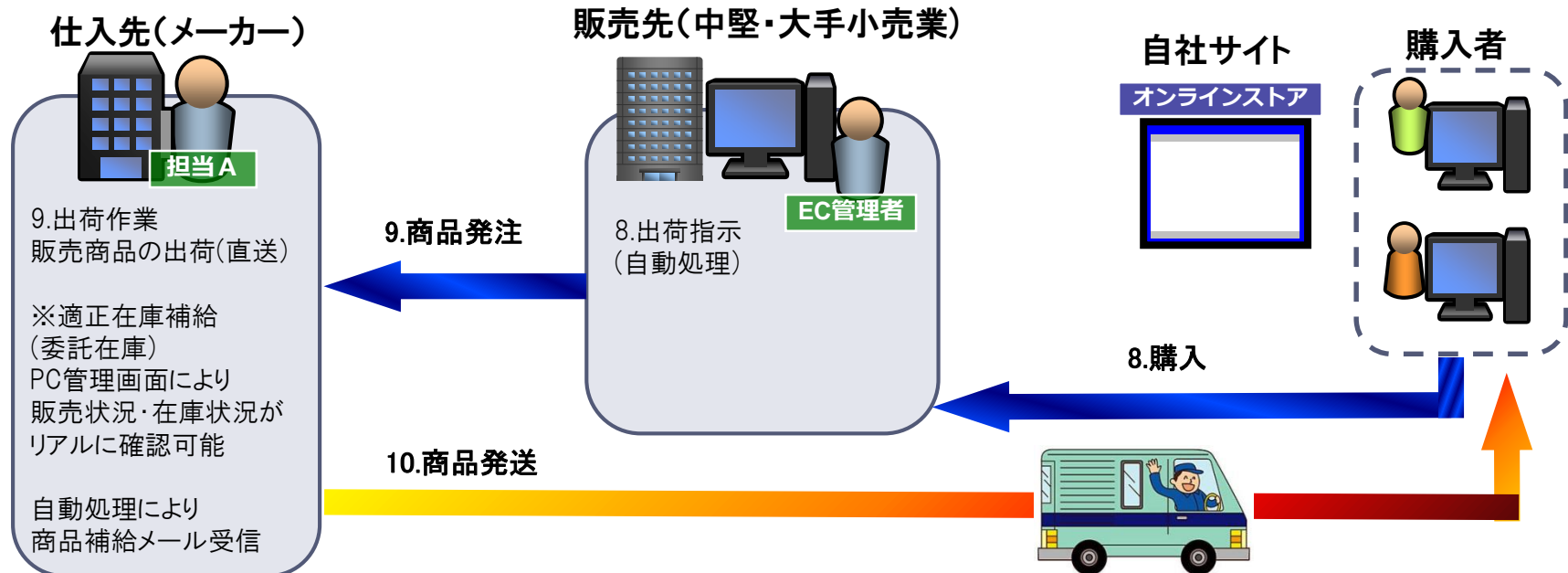
実際の商品がなくても、販売先ではメーカーの担当者が登録した商品画像、商品説明等を確認の上、出店ボタンをクリックするだけで掲載可能

仕入先  
メリット

メーカーにとっても、商品を量産する前にテストマーケティングが可能となり、滞留在庫のリスク回避できる。

## 3. 売れた際の処理は、購入者へメーカーより商品を直送

ECサイトで商品が購入されると、メーカーへの自動発注処理によって、商品は購入者への出荷が可能になる。



# 商品売り込みから取引成立に至るまで[その3]



4. 一定の量が売れたのちは、リアル店舗販売へ販路に繋がる循環が生まれる

販売先  
メリット

売れ筋商品のリアル店舗販売で、更なる売上増加！

仕入先  
メリット

メーカーにとっても、販路拡大のチャンス！

