

マーケティングによるブランディングの
見直しと売上向上

支援の流れ

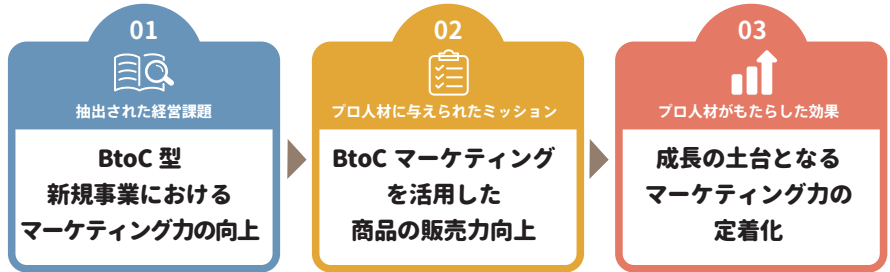
株式会社 STYLEC

印象マネジメントにかかわる各種研修、
セミナーの運営、化粧品の開発・販売

所在地 大阪府大阪市

創業年 2019年

従業員数 2名

01 BtoC型新規事業における
マーケティング力の向上

ビジネスマンを対象にした印象マネジメントにかかわる各種研修、セミナーを行う中で、その延長線上で顔まわりのケアをサポートするため化粧品の開発・販売に踏み出しました。ただ、これまでのBtoBのビジネスとは勝手が違い、商品企画からオンライン、オフラインを活用した販売、カスタマーケアまでやるべきことが多岐に渡りました。社員2人で試行錯誤しながら商品コンセプト作り、成分選び、容器・包装のデザインまでを考え、発売したものの、思うように売上げにつながっていないのが現状です。そこで、Webマーケティングに長けたプロ人材のサポートを借り、ブランディングや販売方法について見直しをしたいと考えました。



サポートをいただいて間もないため売上が増えたというような数字での成果はまだ出ていません。ただ、マーケティングの基本をたたき込むところにコツコツと時間をかけて積み上げていくことが、結果的に売上げに結び付けていく上での近道だということを理解し、学んでいるところです。今後はSEO対策など具体的に売上向上につながる専門的な手法についても学んでいく予定です。

02 BtoCマーケティングを
活用した商品の販売力向上

創業期にはビジネスアイデアがあっても販売につなげていくためのマーケティングに充てる資金がありません。社員2人が熱量だけでマーケティングを行ったもののすぐには売上に結び付かず、どのようにマーケティングを組み直すべきか悩む日々でした。そこでBtoC型の商品について開発からWeb販売までの経験を持つ人材を求めました。13人の応募のうち10人と面談しましたが、中村氏はBtoC型商品の開発経験が豊富で、コピーライティング、SEO対策まで幅広い知識をお持ちでした。加えて人柄も良く、コミュニケーション力にも長けておられ、ともに仕事をしていく上で頼もしい存在になっていただけると確信しました。

03 成長の土台となる
マーケティング力の定着化

中村氏は、私たちが当初組み立てたターゲット、ブランドコンセプトなどについて、再度検証してもらっています。そのやり方も、価格、世代、機能など訴求のパターンごとにどのように考えたらよいのかを私たちにいったん考えさせたいうえで答え合わせをしていく流れなので、整理しながら進めていく感覚が得られています。中村氏は、マーケティングの経験が長いだけでなく、多岐にわたる商品で経験を積まれているので、共通の土台となる考え方がしっかりしておられます。土台を固めることでさまざまな売り方の手法において応用が利くのだということも実感しています。

プロ人材【入社時のプロフィール】



中村 敏康 氏

役職名：－
年齢：47歳
家族構成：母
出身地：大阪府 遠流ルート：転居なし
業務遂行手段：全て遠隔業務

主な経歴：コンサル会社を経て、広告代理店や事業会社でデジマに携わり、アクセラレータのマーケ担当

副業プラットフォームにて当社を知り、求められている内容や知見のある商材を取り扱っていらしたことから、多少なりともお役に立てるのではと思ったことがきっかけです。自社の商品をどうしたら多くの人に認知してもらい、販売できるかという課題に向け、ペルソナやポジショニング、コンセプト設計といったマーケティング戦略の部分から関われ、コンテンツを軸にしたデジタル領域での施策、幅広いタッチポイントで戦略を構築できることがやりがいです。

企業からの声

代表取締役
八木 理恵 氏

マーケティング人材について中核人材雇用戦略デスク(大阪府プロ人材)に相談したところ、副業人材マッチング会社のことを教えていただき、活用しました。実際に採用したのは、すでに独立したフリーの方でしたが、想像以上にレベルの高い人材がすぐに集まることに驚きを覚えました。私たちの求めていることにマッチした人材を見つける選択肢が広がり、また、新たに事業の拠点を広げていくにもこうした副業人材を活用できることがわかり、事業の可能性が開けたように感じています。