

山寺通信 12月号

世界中で大がかりなネット販売が展開されています。安売りとも思える価格や割引セール、ポイントセールなど、かなりシビアな販売攻勢をかけています。まるでショッピングセンターのような品揃いです。ただショッピングセンターと違うのは、インターネットを使うことにより空間を利用して動くことなく買い物ができることです。メーカーによっては製品の品質が悪い製品も入っています。製品の目視や感触を感じるできない場合もあります。お茶のように基本的に袋に入った状態で、名前や価格説明だけで製品の写真が無い場合も多いです。今は動画を上げているサイトも増えてきましたが、茶葉を大きく見せることで説得力を高めることもできるのではないのでしょうか。その関連の消費を充実させてみることでホームページを印象付けます。大手のネットは、表形式で機能的な説明を多く使っています。でもそれでは感性的なイメージが少ないように感じます。無機質の陳列は、販促するには弱いと思われれます。

25年度総合カタログ来月リリースします

