

<p>(企業名)</p> <p>株式会社ポリスター</p>	<p>対応可能社数の目安</p> <p>5～10 社程</p>
<p>(支援の概要)</p> <p>日本の企業様を長期的な成功へと導く、中国進出のパートナーです。</p> <p>中国へ参入したい日本の企業様に対し、市場調査からリスク管理・マーケティング戦略立案と実行・オンライン/オフラインの販売支援などのトータルサポートを行います。</p>	
<p>(支援の概要等を紹介する動画) (外部リンクになります)</p>	
<p>(支援内容)</p> <p>日中双方のスタッフによる、日本企業様の中国進出のサポートを行っております。進出戦略の立案からリスク管理、中国消費者向けのブランディングや、ご意向・ご予算にあった最適なプロモーションを提案致します。また、販路拡大のサポートや貿易業務、展示会出展サポートなども合わせてご対応可能です。</p>	
<p>(支援の特徴)</p> <p>中国の消費者向けに販売を行いたい企業様のトータルサポートを行っております。</p> <p>安全環境の構築 (商標取得や市場調査を始めとした参入前のリスク管理) から始まり、認知度を上げる為の施策 (主に WEB を使った最先端のブランディングやプロモーション) や販路開拓 (大手 EC サイトへの旗艦店出店や代理店開拓、オフラインへの販路拡大) などを行い、それに付随する貿易業務やコンサルティング、展示会出展も行います。</p>	
<p>(どの様な事業者に活用してもらいたいか)</p> <p>中国市場への長期的な進出を考えており、主に消費者向けに商材を販売していく為のパートナーをお探しの事業者様に活用して頂きたく存じます。</p>	
<p>(支援実績の例)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品メーカーA様：2017年に本格的に中国進出を検討。ポリスターが中国向けのマーケティング戦略立案から、ブランドプロモーション、販売までトータルサポートを行っている。</li> <li>・化粧品メーカーB様：NB商品の中国への販売、プロモーション、輸出などのトータルサポートを行った。中国の巨大ECイベント「W11 (ダブルイレブン)」での取り組みはテレビ東京系列「WBS (ワールドビジネスサテライト)」でも放送された。<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MsRPB1ouC0k&amp;t=110s">https://www.youtube.com/watch?v=MsRPB1ouC0k&amp;t=110s</a></li> <li>・一般財団法人C様：中国にある店舗の来客増員の為のPR施策を担当。中国で流行りのKOC/KOL (中国版インフルエンサーと呼ばれる拡散者) を起用し、同施設の認知度を向上させた。</li> </ul>	
<p>(問い合わせ先)</p> <p>問い合わせ先：<a href="mailto:info@polystar.yokohama">info@polystar.yokohama</a></p> <p>電話番号：045-323-9334</p> <p>担当者連絡先(志水)：shimizu@polystar.jp.com</p>	

ポリスターサービス項目概要一覧 ※あくまで参考例となり、企業様によって必要な項目や金額などは変動する為、必ず売上目標や費用感などの相談願います。

大項目	目的	中項目	小項目	想定期間	予算(円)	備考・補足
市場調査	中国市場参入前に市場調査を行う。 参入前に情報をしっかりキャッチして臨む。	事前調査	1. 中国の政治、経済情勢、関連政策、法律規制など全般的な情報の提供 (中国の全般的な政治、経済、市場、法律関連など) 2. 市場(取引予定企業や消費者、競合情報)、特許・商標・意匠などの中国現状の調査	1か月～	¥1,000,000	・市場調査単体での値段になり、納品方法はハンドブックのような形態で提出する。 ・プロモーションまでセットで請け負う場合は、プロモーション費用に含む。
		業界調査	1. 中国の関連業界の発展状況(消耗品、輸入食品、服飾などの比較的大きな範疇を想定) 2. 中国への輸出実務に関する確認(輸入は制限されていないか等) 3. (業界全体の市場規模と過去3年間の売上高の増減状況)※調査不可能な場合がある。 4. (業界の販売ルートの現状分布及び各販路の増減状況) 5. 主流なECサイトである、アリ系ECサイトにおける売上高と発展状況 6. アリ系サイト以外の他の主流ECサイトにおける販売状況			
		消費者調査	1. 消費者分析: 特徴、分布、欲しい情報の収集手段など。 2. 主流な検索エンジン(百度)による消費者需要調査の分析 3. 受け入れられやすい価格帯の確認(値ごろ感) 4. 更に消費者に喜ばれている商品の特徴 5. 消費習慣の分析			
		競合分析 (主流ECサイトでの販売実績に基づく)	1. 売上高及び販売量(EC取引でのTOP10/TOP15) 2. 人気商品のセールスポイント 3. 販路への販路別の価格管理戦略 4. 消費者からのコメントや反応			
		販路分析	1. 各販路の消費者分析と購買方法分析 2. (各販路の売上高、比率と増減状況の確認) 3. 専門販路の分析(専門販路があるかどうか、増減状況の確認)			
マーケティング戦略立案	中国進出の前に戦略立てを行う。 メーカーの意向を汲みながら、ポリスターが戦略立案を行う。	戦略の策定	1. 中国市場における全体的なブランド運営コンセプト決定 2. ブランドの位置づけに合わせて一年の宣伝スケジュール立て 3. 核心(コア)訴求点、宣伝ルートの年間スケジュール立て 4. 口コミ作成や使用ケースの紹介による、消費者への浸透計画やフォロー増加施策	1か月～	¥1,200,000～	・戦略立案にかかる費用は主に人件費となり、期間や担当者のランクによって金額が変動する。 ・マーケティング戦略は自社で行うといった場合、後述のプロモーションの実施費用のみになる。
		ブランディング	1. 中国市場のターゲット層の設定及び分析 2. 消費者の需要及び競合品の分析に基づいた、商品のセールスポイント打ち出し 3. ターゲット層の設定及びセールスポイントに基いた、ブランドの位置づけ明確化 4. ブランドの位置づけとターゲット市場の選定により、第一段階のライバルを特定			
		プロダクト・プライス	1. コスト計算、定価、価格競争力の分析 2. 各商品におけるセールスポイント、競争力、価格の分析 3. 商品選定の戦略的な基準の作成 4. 主力商品の選定、及び一年の販売計画立て			
		プレイス	1. 1年間/3年間の販売チャネル構築計画 2. 主力となる販売チャネルの確定及び販売チャネルの展開計画 3. 参考上代、参考下代の適正価格設定			
プロモーション	プロモーション戦略の策定と実行	全体	1. 宣伝の核心(コア)の訴求点を作成 2. 年度宣伝節点(国イベント・催事)の分析、販売促進活動の企画 3. 宣伝ルートと利用媒体の確定	3か月～	¥3,000,000～	・こちらは販促プロモーションではなく、認知度アップやブランディングを意識したプロモーションを指す。 ・基本的には継続することで効果が出るものの為、年単位などで長期的に露出を図ることが望ましい。
		受動的宣伝 (WEB媒体を使った情報の仕込み)	1. 対象商品及び競合品の世論分析 2. 受動的宣伝の内容構成作成 3. 受動的宣伝の宣伝ルートの構築 4. 受動的宣伝における段階的な目標設定			
		能動的宣伝 (より消費者に訴求したプロモーション)	1. 中心的な訴求ポイントの年間宣伝計画作成 2. 年間行事・イベントの分析とそれに沿った販促キャンペーンの企画 3. 宣伝投稿ルートと利用媒体の選定			
代行運営	EC旗艦店の代行運営	出店サポート	審査通過までの全般サポート 出店申請書類整理及び提出 Tmall国際側事前審査への対応や規制のクリア等	1年～	¥8,000,000～	・大手ECプラットフォームへの店舗の出店を想定する。 ・開設費用や日常の運営費用(店舗内の商品管理、受注発注業務、お客様対応等)などにかかる費用が主になる。 ・料金は運営固定費や販売手数料などの比率を変更することで変動する為、要相談。
		出店前準備	a. 出品商品に対する市場調査分析 b. 商品ディスプレイ写真 c. 商品ディスプレイ動画 d. 商品詳細紹介画面作成 & 出品 e. 店舗ビジュアルデザイン			
		日常運営	a. Tmallプラットフォーム(以下PF)内集客・販促活動 (※運営予算により、集客・販促のオペレート範囲が異なる) b. PF内マーケティング資源を活用したマッチング営業 c. 出品商品の価格設定 d. 販促イベント企画 e. 競合品調査 f. 出品商品のタイトルの改良 g. 出品商品の「ジャケット写真」の改良 h. 商品詳細紹介画面の改良 i. 商品レビューのマネジメント j. 人員配置: オンライン運営係(1人)、デザインスタッフ(1人)、ウェブ編集スタッフ(1人)、カスタマーサービススタッフ---Pre-sale(1~2人)、カスタマーサービススタッフ---After-sale(1人)、その他一部T-mall国内旗艦店運営人員兼任			