EC担当を、もう1人採用する前に。

採用には時間がかかり、育てても辞めることがあります。その前に、週10時間から、翌月から、回る状態をつくります。Shopifyの運用、Meta広告、在庫と発注。やることは決まっているのに回す人が足りない、というブランドや支援会社に、実務者として入ります。構築だけ、広告だけではなく、売上と残る金額を見ながら、日々の運用を動かします。

頼めること

- **広告が黒字になる設計に直す。**原価から損益分岐を出し、配信と予算を組み直します。数字は週1回、1枚にまとめて報告します
- **売れ筋の欠品をなくす。**SKUごとに「何日分あるか」で目標在庫を決め、不足を毎朝アラート。発注リストまで作ります
- **Shopifyの日々の運用。**商品登録、セール設計、アプリの整理、テーマの軽微な修正。公開前のテスト注文まで通します
- **公式LINEの設計。**登録の入口ごとのタグ、あいさつ、配信の流れを組み、配信文は薬機法・景表法のチェックを通します
- **運用の省力化。**毎朝の数字の集約や商品登録をAIで自動化します。自分の運用で毎日使っている仕組みを、そのまま持ち込みます

これまで

年商1億円規模のアパレルEC

ZOZOTOWN＋Shopifyの運用を、仕入れ・在庫・セール設計・広告・Instagramまで一通り担当

公式ECを構築から発売まで

D2C商品の公式ECをShopifyで構築し、公式LINEの設計まで一貫して担当。予定どおり発売

自社ストア 年商600万円

自社のShopifyストアをMeta広告で運営。食品メーカーのEC構築も進行中

最初の30日でやること

1週目は、管理画面を見る前に、サイトや広告ライブラリなど外から見える情報で現状を整理し、所見を持って初回の打ち合わせに臨みます。2週目に、売上・粗利・在庫・広告費をどのデータで見るかをそろえ、報告の形を決めます。3〜4週目は、効果が出るまでが短いことから3つ選んで実行し、30日目に次の90日の計画を出します。

広告の配信開始・予算変更・価格変更など、お金が動く操作は提案までにとどめ、実行はそちらの判断で行います。

条件

- 月40時間（週10時間）から。報酬は時間単価3,000〜5,000円（業務の内容で調整）
- 完全リモート。定例は週1回オンライン。平日日中の打ち合わせも調整できます
- 最初の2週間は、現状の整理と30日計画までをお試しとして受けられます
- 秘密保持契約を結びます

まずは、30分のオンラインで、いま困っていることを聞かせてください。翌営業日に、所見と進め方、見積りをお送りします。