小規模企業向け ネット販売支援ガイド

小さな会社のための「選ばれるお店づくり」実践ガイド

商品だけでなく、会社・お店全体が選ばれる理由をつくる。

はじめに｜第2弾で取り組むこと

第1弾では、一つの商品について、お客様に選ばれる理由を考えました。
第2弾では、そのお客様にもっと喜んでもらうために、会社・お店としてさらに何ができるかを考えます。
立派な経営理念やキャッチコピーを作ることが目的ではありません。お客様のためにできることを考え、実際に行動に移していくためのガイドです。

このガイドの流れ

1. お客様にもっと喜んでもらうための工夫を考える
2. 競合店を調べ、特に力を入れることを決める
3. 実際に何をするか決め、必要な準備を考える
4. 会社の想いや実際に行っていることをホームページ全体で伝える
5. 実行してお客様の反応を確かめる

このワークシートは、第1弾を終えた方を対象としています。第1弾で書いた内容を見ながら進めてください。

OVERVIEW

5つのSTEPで進める「選ばれるお店」の作り方

前のSTEPで考えたことを次のSTEPに生かしながら、会社として何をしていくかを具体的に決めていきます。

STEP 1｜さらに何ができるか、アイデアを広げる

第1弾で考えたお客様に、もっと喜んでもらうために何ができるか。今ある商品やサービスにとらわれず、自由に考えます。

STEP 2｜競合店の動きを知り、自社が力を入れることを決める

実際に比較される競合店を調べ、お客様にもっと喜んでもらうために、自社が何に力を入れるかを決めます。

STEP 3｜実際に何をするか決め、必要な準備を考える

お客様のために具体的に何をするかを決め、実行するために必要な準備を整理します。

STEP 4｜ホームページ全体で伝える

お客様への想いや、会社として実際に行っていることを、ホームページの各ページで分かりやすく紹介します。

STEP 5｜実行してお客様の反応を確かめる

実際に始めたことがお客様に喜ばれているかを確かめ、改善しながら続けます。

STEP 1

さらに何ができるか、アイデアを広げる

第1弾で決めた「特に役に立ちたいお客様」を思い浮かべてください。そのお客様にもっと喜んでもらうために、会社として何ができるでしょうか。今できるかどうかはいったん気にせず、思いつくことを自由に書き出してみましょう。

① お客様の不安や失敗を、もっと減らせませんか？

商品を選ぶときの不安や、購入後に起こりがちな失敗を減らすために、会社として何ができるでしょうか。

② 購入後も、さらに喜んでもらえませんか？

商品を買っていただいた後も、お客様がより便利に、楽しく、安心して使えるようにするには、何ができるでしょうか。

③ これまでにない、新しい工夫はできませんか？

自社の経験や得意なことを生かすだけでなく、新しい研究や試行、取引先との協力によって実現できそうなことも考えてみましょう。

STEP 2 / 1-2

競合店の動きを知る

STEP1で考えたことについて、競合店ではどこまで対応しているのでしょうか。お客様が実際に比較するネットショップを調べ、商品やサービスだけでなく、お客様のためにどんな工夫をしているか確認しましょう。

競合店を調べる際のチェックポイント

① 購入前・購入後のサポート

購入前の相談や商品選びの手助け、購入後のサポートなど、どんなサービスを提供していますか。

② 商品選定や独自の工夫

商品の選び方、検品や調整、使い方の提案など、他店ではどんなことをしていますか。

③ お客様の声・評価

どんな点が喜ばれていますか。反対に、どんな不満や要望が寄せられていますか。

調べた競合店・サイト名と、参考にしたページ

競合店で参考になったこと・もっと工夫できそうなこと

確認すること

☐ 競合店が実際に行っていることを確認しましたか。
☐ お客様が喜んでいる点や、不満に感じている点も調べましたか。

STEP 2 / 2-2

自社が力を入れることを決める

競合店の状況が分かったら、STEP1で考えたアイデアの中から、自社が特に力を入れることを選びましょう。判断するときは、次の3つを確認してください。

1｜お客様が本当に喜ぶことか

会社側が良いと思うだけでなく、お客様の不安を減らしたり、お客様に具体的なメリットをもたらしたりする内容になっていますか。

2｜競合店よりも、もっとお客様の役に立てるか

他店でも行っているサービスだからといって、諦める必要はありません。内容をさらに充実させたり、いくつかの工夫を組み合わせたりすることで、もっと喜んでもらえないでしょうか。

3｜無理なく続けられるか

必要な時間や費用、人手などを考え、会社として続けていけるか確認しましょう。

これから特に力を入れること

お客様に喜んでもらえそうなことの中から、優先して実行したいものを書いてください。

STEP 3 / 1-2

お客様のために、具体的に何をするか決める

STEP2で選んだことを、実際にできる形にしていきましょう。会社として何をするのか。それによって、お客様にどんな喜びやメリットが生まれるのかを考えます。

記入例｜ワイン専門店の場合

・複数人でワインを試飲し、感想を商品選定や説明に生かす。→ 自分の好みに合いそうなワインを選びやすくなる。
・初めてのお客様向けに飲み比べセットを作る。→ いろいろ試しながら、自分の好きな味を発見できる。
・ワインと料理の組み合わせを実際に試す。→ 家庭でワインを楽しむ方法が広がる。
・お客様の好みを記録し、次の提案に生かす。→ 新しいワインとの出会いを楽しめる。

① お客様のために、具体的に何をしますか？

何を調べ、何を試し、どんな方法でお客様に提供するのかを書いてください。

② それによって、お客様にどんなメリットがありますか？

不安が減る、便利になる、新しい楽しみが増えるなど、お客様にとってのメリットを書いてください。

確認すること

☐ 具体的に何をするか決まりましたか。
☐ それがお客様にとって、どんなメリットにつながるか説明できますか。

STEP 3 / 2-2

実行するために必要な準備を考える

6ページで決めたことを実行するために、必要な準備を整理しましょう。すぐに始められることもあれば、調査や研究、取引先との協力が必要なこともあります。

記入例｜ワイン専門店の場合

・複数人で試飲するために、参加するスタッフと実施日を決める。
・ワイナリーを訪問するために、訪問先を調べ、費用や日程を確認する。
・料理との組み合わせを試すために、担当者と必要な食材を決める。

① 誰が、何をしますか？

実行するために必要な作業と、それぞれの担当者を書いてください。

② 事前に調べることや、準備するものはありますか？

必要な情報、技術、道具、協力してもらう人や取引先などを書いてください。

③ どのくらいの時間や費用が必要ですか？

準備にかかる日数や費用、始められる時期を考えてください。

新しい商品やサービスが生まれることも

お客様にもっと喜んでもらうために工夫を重ねていくと、飲み比べセットのような
新商品や、好みに合わせた提案サービスが生まれることもあります。

確認すること

☐ 実行するために必要な作業と担当者が決まりましたか？
☐ 必要な準備や協力先を確認しましたか？
☐ 時間や費用を考え、実際に始められる見通しが立ちましたか？

STEP 4 / 1-2

ホームページ全体で伝える

お客様のためにどんな工夫をしていても、それがネットショップに掲載されていなければ、お客様には伝わりません。会社としてどんなお客様の役に立ちたいのか。そのために実際に何をしているのか。STEP3で決めた内容をもとに、それぞれのページに何を掲載するか考えましょう。

記入例｜ワイン専門店の場合

TOPページ：手頃な価格でおいしいワインを楽しみ、自分の好みに合う一本を見つけたい人のためのお店であることを伝える。
会社・お店紹介：なぜそのお客様に喜んでもらいたいのかという想いや、仕入れ先への訪問、複数人での試飲、料理との組み合わせの研究などを紹介する。

① TOPページでは、何を伝えますか？

特に役に立ちたいお客様はどんな人で、そのお客様にどんな喜びを届けたいのかを書いてください。

② 会社・お店紹介では、何を伝えますか？

お客様への想いや、その背景にある経験・知識、実際に行っていることを書いてください。

確認すること

☐ どんなお客様のためのお店なのか、初めて訪れる人にも分かりますか。
☐ お客様への想いや、自社の経験・知識、実際に行っていることが伝わりますか。

STEP 4 / 2-2

商品ページと情報発信につなげる

商品ページでは、商品の特徴や価格に加え、お客様の商品選びに役立つ情報を伝えましょう。また、日頃の研究や新しく発見したことなども、記事や動画、SNS、ニュースレターで紹介できます。お客様のために実際に行っていることが、情報発信の材料になります。

記入例｜ワイン専門店の場合

商品ページ：そのワインを選んだ理由、実際に試飲した感想、味の特徴、料理との組み合わせなど。
記事・動画・SNS・ニュースレター：新しく見つけたワイン、スタッフの試飲の様子、生産者への取材、料理との組み合わせの提案など。

③ 商品ページでは、何を伝えますか？

商品の特徴だけでなく、自社が選んだ理由や、実際に試した結果、お客様におすすめしたい使い方などを書いてください。

④ 記事・動画・SNS・ニュースレターでは、何を伝えますか？

日頃の仕事の中で発見したことや、お客様に紹介したい情報を書き出しましょう。どの媒体を使って伝えるかも考えてください。

確認すること

☐ 各ページに何を掲載するか、具体的に決まりましたか。
☐ 会社としてお客様のために行っていることが、サイト全体から伝わりますか。
☐ 実際に行っていることをもとに、情報を発信できていますか。

STEP 5 / 1-2

実行してお客様の反応を確かめる

新しいことを始め、ホームページでも紹介したら、実際のお客様の反応を確かめましょう。会社側が良いと思っていても、お客様が本当に喜んでいるかどうかは、試してみなければ分かりません。

確かめたい3つのこと

① 問い合わせの変化を見る

以前は多かった不安や質問が減ったか。新しい相談や問い合わせが増えていないか確認しましょう。

② 購入者の声・感想を集める

新しく始めたことについて、お客様がどんな感想を持ったか、何を喜んでくれたか記録しましょう。

③ 無理なく続けられるか確認する

時間や費用、人手などに無理がないか、スタッフや関係者にも確認しましょう。

実際に届いた声・相談・お客様の反応

実行して分かった問題点や、社内で感じた負担

STEP 5 / 2-2

お客様の反応を確かめ、改善を重ねる

最初からすべてがうまくいくとは限りません。お客様の声を聞きながら、もっと喜んでもらえるように内容や方法を見直していきましょう。

改善の流れ

1. 試す：考えたことを実際にやってみる。

2. 確かめる：お客様がどう感じたか、社内で無理なくできているかを確認する。

3. 直す：うまくいかなかった点を改善する。

4. 続ける：喜ばれたことを、会社の普段の仕事として続けていく。

1か月後に確認したいこと

お客様の反応や、実際にやってみて分かったことを書いてください。

次に試すこと・続けること

これから改善することや、さらに力を入れたいことを書いてください。

SUMMARY

実践ワークシート｜全体のまとめ

5つのSTEPで考えたことを振り返り、これから会社として何をしていくのか、1枚にまとめましょう。

STEP1｜お客様のために、さらにできること

不安を減らす工夫、購入後のサポート、新しいアイデアなど。

STEP2｜競合店と比べて、特に力を入れること

お客様に喜ばれそうなこと、他店より充実させたいことなど。

STEP3｜実際に行うことと、そのための準備

具体的な方法、担当者、必要な調査・研究、協力先、費用や時間など。

STEP4｜ホームページで伝えること

TOPページ、会社紹介、商品ページ、記事などで紹介したい内容。

STEP5｜実行後に確かめること・改善すること

お客様の反応、社内の状況、次に改善したいことなど。

END

選ばれる理由は、実際の仕事から生まれる

選ばれるお店を作るために大切なのは、派手な宣伝や立派な言葉ではありません。特に役に立ちたいお客様のために、会社としてさらに何ができるかを考え、実行すること。そして、その姿勢や日頃の仕事を、商品やサービス、ホームページ全体で伝えていくことです。

最後に確認したいこと

☐ お客様が本当に喜ぶことを考えられましたか。
☐ 競合店と比べて、さらに役に立てることを見つけられましたか。
☐ 実際に始めることと、その後の確認方法が決まりましたか。

第1弾では、一つの商品について、お客様に喜ばれる工夫を考えました。

第2弾では、その考え方を会社・お店全体へ広げました。

できることから始め、お客様の反応を確かめながら、さらに喜ばれるお店を作っていきましょう。

小規模企業向けネット販売支援 Trustbe

https://trustbe.jp/