VOL.06 実践ワークシート

EC サイト改善｜最初に何を見直すか

４つの対策について、できていることと不足していることを整理し、今取り組む改善を１つ決めます。

記入日：_____年____月____日　会社・お店：_____

STEP 01 ４つの対策の現状を確認する

「なんとなくできていない」ではなく、実際に行っていること・掲載していることを基に記入してください。

01 集客対策

商品を必要とするお客様へ、ネットショップをどう案内しているか。SEO・SNS・広告・既存のお客様への案内など。

現状 ☐ 十分にできている ☐ 一部不足 ☐ まだ取り組んでいない ☐ 分からない

実際に行っていること・確認できたこと：

不足していること・確認が必要なこと：

02 商品ページの改善

商品の特徴・サイズ・使い方・送料・納期や、実際に行っている工夫や取り組みが伝わっているか。

現状 ☐ 十分にできている ☐ 一部不足 ☐ まだ取り組んでいない ☐ 分からない

実際に行っていること・確認できたこと：

不足していること・確認が必要なこと：

03 商品・サービスの工夫

一つの商品について、検品・調整・加工・使い方提案など、お客様のために何をしているか。

現状 ☐ 十分にできている ☐ 一部不足 ☐ まだ取り組んでいない ☐ 分からない

実際に行っていること・確認できたこと：

不足していること・確認が必要なこと：

04 お店全体の取り組み

どんなお客様に喜んでもらうため、品ぞろえ・説明・相談・購入後対応などをどう工夫しているか。

現状 ☐ 十分にできている ☐ 一部不足 ☐ まだ取り組んでいない ☐ 分からない

実際に行っていること・確認できたこと：

不足していること・確認が必要なこと：

© TRUSTBE expand ｜ trustbe.jp

VOL.06 / 改善の優先順位を判断する

STEP 02 どこから改善するかを考える

以下は全社共通の実施順序ではありません。自社の現状によって優先すべき対策は変わります。

確認A｜お客様が自社を選ぶ理由となる工夫はあるか

どんなお客様に、どう喜んでもらいたいか。そのために実際に行っている取り組みや、商品・サービスの工夫を書きます。

確認B｜その工夫や購入判断に必要な情報は伝わっているか

商品ページやお店の紹介を実際に見て、伝わっている点・抜けている点を具体的に書きます。

確認C｜商品を必要とするお客様に知ってもらう対策はあるか

集客をどう行っているか、誰へ案内しているか、確認できることを書きます。

STEP 03 最初に取り組む改善を１つ決める

「何となく重要そう」ではなく、STEP 01・02 で確認した事実を基に判断します。

今、優先する対策（１つ選ぶ）

☐ 集客対策　☐ 商品ページの改善　☐ 商品・サービスの工夫　☐ お店全体の取り組み

選んだ理由

現状の何が不足しているため、その改善から始めるのか。

※ 注文できない不具合など、明らかな問題は優先して修正します。原因が不明なら、まず何を調べるかを決めます。

© TRUSTBE expand｜trustbe.jp

VOL.06 / 実行と振り返り

STEP 04 最初の改善を具体的な行動にする

「商品ページを改善する」ではなく、何を、どこで、いつまでに行うかを書きます。

最初に実行すること（1つ）

例：木製まな板の商品ページに、販売前の検品内容と手入れ方法を追記する。

担当者：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿　実施予定日：＿＿＿＿年＿＿月＿＿日

STEP 05 実行後の状況と反応を確認する

実施した事実と、その後に確認できた反応を分けて記録します。

実際に行ったこと

いつ・どこを・どのように改善したか。公開・掲載が正しくできているかも確認します。

実施日：＿＿＿＿年＿＿月＿＿日　確認日：＿＿＿＿年＿＿月＿＿日

確認できたお客様の反応・結果

閲覧、問い合わせ、注文、お客様からの質問など。確認できない場合は「未確認」と書きます。

次に確認すること・次の改善

結果だけで原因を決めつけず、次に調べることや取り組むことを書きます。

改善は、現状を確認 → 必要な改善を実行 → 反応を確認 → 次の改善へ。

© TRUSTBE expand | trustbe.jp