STEP 01 ┆ 改善する商品を一つ選ぶ

今の商品ページを確認し、最初に取り組む商品を決めます。

記入例｜やまの珈琲店：手挽きコーヒーミルのページ。基本仕様だけでは、店が選んだ理由が伝わらない。

商品名・型番

販売中の商品を一つ選びます。

現在の商品ページURL

印刷時にはURLを手書きするか、別紙に控えてください。

この商品から見直す理由

例：閲覧はあるが注文が少ない／店頭でよく説明する商品なのに、その内容が書かれていない。

今の商品ページで伝えていること

写真・仕様・価格・購入条件など、現在載っている内容を簡単に書いてください。

進め方｜ここでは改善の答えを決めません。次のSTEPで、お客様の使い方と自社の経験を確認します。

STEP 02 ｜ どんなお客様の役に立ちたいか

年齢や性別ではなく、使う目的・疑問・購入前に確かめたいことを整理します。

記入例｜やまの珈琲店：豆の挽き方を変えながら、自分の好みに合う味を探したい人。

① どんな状況で、何をしたいお客様ですか？

商品を使う場面と、その人が実現したいことを書きます。

② 購入前に何を疑問に思い、何を確かめたいですか？

例：自分の抽出方法に合うか。調整範囲・使い方・手入れの負担。

③ どのような使い方には、この商品をすすめませんか？

合わない用途が分からなければ、あとで確認する項目として残します。

未確認のこと：

STEP 03 ┆ 商品を選んだ理由を振り返る

経験・知識・比較したことを整理し、「事実」「自社の評価」「未確認」を区別します。

記入例｜やまの珈琲店：複数のミルを使い比べた経験から、挽き目調整の操作に注目した。

① なぜ数ある商品の中から、この商品を選びましたか？

選定した当時の理由と、実際に確認したことを分けて書きます。

② 何と比較し、どの違いを確かめましたか？

実際に扱った別商品、使い方の違い、比較に使った条件など。

③ これまでお客様からどんな質問を受けてきましたか？

店頭・メール・購入後の質問から、この商品の判断に役立つもの。

情報の出どころを分けて記入

メーカー仕様・資料で確認した事実

自社が実際に使って確かめたこと・評価

まだ分からず、今後確認すること

STEP 04-A ┆ 購入前に伝える情報を選ぶ

お客様の疑問と、自社が確認・説明できることを対応させます。

記入例｜お客様が知りたいこと：挽き目はどう調整するのか
自社の確認：目盛り付きダイヤルの操作 → 掲載：調整部分の写真と操作方法の説明

① 購入前に知りたいことと、商品ページへの反映先をつなげる

お客様が 知りたいこと	自社が確認・ 説明できること	ページに載せる内容・場所
		☐ 確認済み ☐ 要確認
		☐ 確認済み ☐ 要確認
		☐ 確認済み ☐ 要確認

② すでに行っていることか、これから行う仕事か

各行の右下で、項目ごとに「確認済み」「要確認」を選んでください。

これから確認・実施する仕事（必要なときだけ）

例：商品を改めて使い比べる／手入れ方法を確認する。実施前の対応は掲載しません。

判断の基準｜確認していない性能や未実施のサービスは、実施済みとして商品ページに書きません。

STEP 04-B ┆ 実際に載せる写真と文章を考える

STEP 04-Aから、商品ページに掲載する具体的な素材・文章案を作ります。

① 追加・差し替えする写真

何を写し、その写真で何が分かるようにするか。例：調整箇所の位置を示す写真。

② 商品説明の書き換え案

仕様・使い方・注意点を、確認済みの内容だけで具体的に書きます。

③ なぜ自社が選んだのか／誰にすすめるのか

選定理由と、向いている使い方・向いていない使い方を簡潔に。

④ 実際に提供している仕事・対応の説明文

確認、選別、調整、組み合わせ提案など、実行している内容だけを書きます。

STEP 05 ┆ 購入条件と注文操作を確かめる

商品説明とは別に、購入する直前の情報と、スマートフォンでの操作を確認します。

記入例｜やまの珈琲店：改善前は送料などの案内が分かりにくく、改善後は注文前の案内を整理。

送料	送料と条件を購入前に確認できる	☐ 確認済み	☐ 要修正
発送・納期	発送までの目安と配送条件が分かる	☐ 確認済み	☐ 要修正
返品・交換	返品・初期不良対応の条件を確認できる	☐ 確認済み	☐ 要修正
在庫・注文条件	在庫・数量・注文条件の表示が正しい	☐ 確認済み	☐ 要修正
文字の読みやすさ	スマートフォンで文章を読める	☐ 確認済み	☐ 要修正
写真の見え方	必要な写真を拡大・確認できる	☐ 確認済み	☐ 要修正
注文操作	商品・数量を選び注文確認画面へ進める	☐ 確認済み	☐ 要修正

見つかった問題と、修正する内容

実際の画面で確認したことを書きます。注文の確定・決済は不要です。

STEP 06 ｜ 修正する内容を決めて実行する

最初に取り組む3件に絞り、必要な確認作業と修正日を決めます。

① 優先して直すこと（最大3件）

優先・修正箇所	なぜ直すか／追加する素材・文章	修正前に必要な仕事

② 作業する人と、実行日を決める

1. 担当者： 実施予定日：
2. 担当者： 実施予定日：
3. 担当者： 実施予定日：

③ 修正した記録

修正日： ページURL・確認した場所：

変更内容（写真、説明、購入条件、操作など）：

STEP 07-A ｜ 反応を見て結果を確認する

閲覧数・注文・問い合わせを確認します。数字だけで改善効果を決めないことが大切です。

① 比較する期間と、実際に確認した数値

変更前後は原則、同じ長さの期間で確認します。ただし、数字の変化だけで改善効果を判断しません。

確認項目	変更前（期間：　　）	変更後（期間：　　）
閲覧数		
注文数		
問い合わせ件数		

② お客様から届いた質問・気づいたこと

聞かれたことや注文前に迷われた内容など。なければ「未確認」と書きます。

③ 実際に確認できたこと

例：追加した写真がスマートフォンで正しく表示され、説明を読めること。

④ まだ判断できないこと

例：閲覧が少なく、今回の変更が注文に与えた影響はまだ分からない。

STEP 07-B ｜ 次の改善案を決める

商品ページの不足だけに原因を決めつけず、必要な確認と次の改善案を決めます。

① 今、次に確かめること

例：ページの閲覧状況／購入前の質問／どんな商品や対応が求められているか。

② 次に行う改善案を一つ決める

例：説明を補足する、集客を確認する、商品を使い比べる、組み合わせ提案を見直す。

③ 誰が、いつ実施するか

担当者、実行日、確認する方法を書きます。

確認の考え方｜短期間の数字だけで効果を断定しません。閲覧が少なければ集客を、求められる商品や対応とのずれがあれば商品選定や実際の仕事も確認します。

必要に応じて使う参考教材

第1弾｜一つの商品が選ばれる理由を詳しく考える

https://trustbe.jp/ec-not-selling/

第2弾｜会社・お店全体が選ばれる理由を考える

https://trustbe.jp/column/online-shop-differentiation/#free-materials

このシートは、まず一つの商品で実行し、確認できたことを次の改善に生かすためのものです。