

BUPPAN

webiner

社内バックヤードの改善事例

BUPPANコンサルタント

村瀬直人

昨年のバックヤードの自社の課題

- ・ 配送ミスが多い。
- ・ 顧客クレームがちらほら。
- ・ 顧客対応にコストと時間がかかる。
- ・ 商品レビューが競合より低い
- ・ 重い荷物を持ちたがらない。
- ・ モチベーションを保つことが難しくやめるスタッフも。

ect . . .

僕自身も売り上げUPは好きですがバックヤードは正直苦手意識がありました。

改善するきっかけはモール側の風潮

- 楽天・・・違反点数制度、商品レビューが転換率に影響（数は関係ない）
- Amazon・・・ホワイトにするなら商品レビュー超重要
- ヤフショ・・・店舗レビューや商品レビューがSEOに影響
- WOWMA・・・店舗レビューや商品レビューがSEOに影響

健全な店舗運営をしているところが今後生き残る可能性が高い

意外とノウハウがないバックヤード改善

- ・仕入れや販売のノウハウは多いが、バックヤードのノウハウってほとんどネットでは出回ってない。

- ・意外とノウハウ強いのが実店舗のあるネットショップ

実店舗のある店の店舗レビューは高いことが多い

(店舗の社内教育システムをバックヤードに応用、リアル接客からの顧客対応クレームなどの応用)

具体的にリアルでの訪問や外部のセミナーなどから改善したことシェア

タメになった訪問やセミナー

- 同じ受注管理システムを使ってて店舗レビューがいい店舗さんへのリアル訪問。
- ヤフショのクラブアワードミーティングの、ブックオフのセミナー【お客様満足度向上の極意】
- 倉庫改善のスペシャリストによる講演。
- BUPPAN!!知恵袋・・・ect

それぞれのできそうなことやオイシイ要素を取り入れながら少しずつ改善

BUPPAN!!知恵袋を活用

自社配送の発送ミスを減らす工夫

<https://buppan.bz/question/%e8%87%aa%e7%a4%be%e7%99%ba%e9%80%81%e3%81%ae%e5%95%86%e5%93%81%e9%85%8d%e9%80%81%e3%83%9f%e3%82%b9%e3%82%92%e6%b8%9b%e3%82%89%e3%81%99%e5%b7%a5%e5%a4%ab?fbclid=IwAR3ok0vUqZdN9pbVfNshUBub6Pe9nspYi9OpVmvedACZ09qUvEMBWuyIxQQ>

**【リピーター、レビュー施策】 こんな同梱物に感動した！！
って経験教えてください！**

<https://buppan.bz/question/%e3%80%90%e3%83%aa%e3%83%94%e3%83%bc%e3%82%bf%e3%83%bc%e3%80%81%e3%83%ac%e3%83%93%e3%83%a5%e3%83%bc%e6%96%bd%e7%ad%96%e3%80%91%e3%81%93%e3%82%93%e3%81%aa%e5%90%8c%e6%a2%b1%e7%89%a9%e3%81%ab%e6%84%9f>

1、CS（カスタマーサービス）の改善

リアル訪問！！

よなよなエール ヤッホーブルーイング（長野県）

https://review.rakuten.co.jp/shop/4/100064_100064/1.1/



よなよなの里 エールビール醸造所

総合評価

★★★★★ 4.64 (22,096 件)

評価内訳

品揃え	★★★★★	4.66
情報量	★★★★★	4.66
決済方法	★★★★★	4.74
スタッフの対応	★★★★★	4.65
梱包	★★★★★	4.51
配送	★★★★★	4.64



訪問して体感したこと

- CSの教育にすごく時間をとっていた。クオリティを合わせる。上司と部下の2名以上の返信体制。
- 受注管理システム使い方がそもそも違った。（自動処理や効率的な管理方法）
- CSの意識や責任感が高い（自社だとどうしても売り上げUPが花形にみえたが同等かそれ以上にやりがいを感じていた。）

よなよなエールさんが参考にしてた書籍

- <https://www.amazon.co.jp/dp/4331515052/>
- ザッポスの奇跡

社員全員がまず回し読み（購入）

社員全員がどうすればよりよくなれるかを考える続けることができる実行するための環境を整えてる。

サービスを投資して顧客にWOW（驚嘆）を届ける。社員の自己判断力を高める。

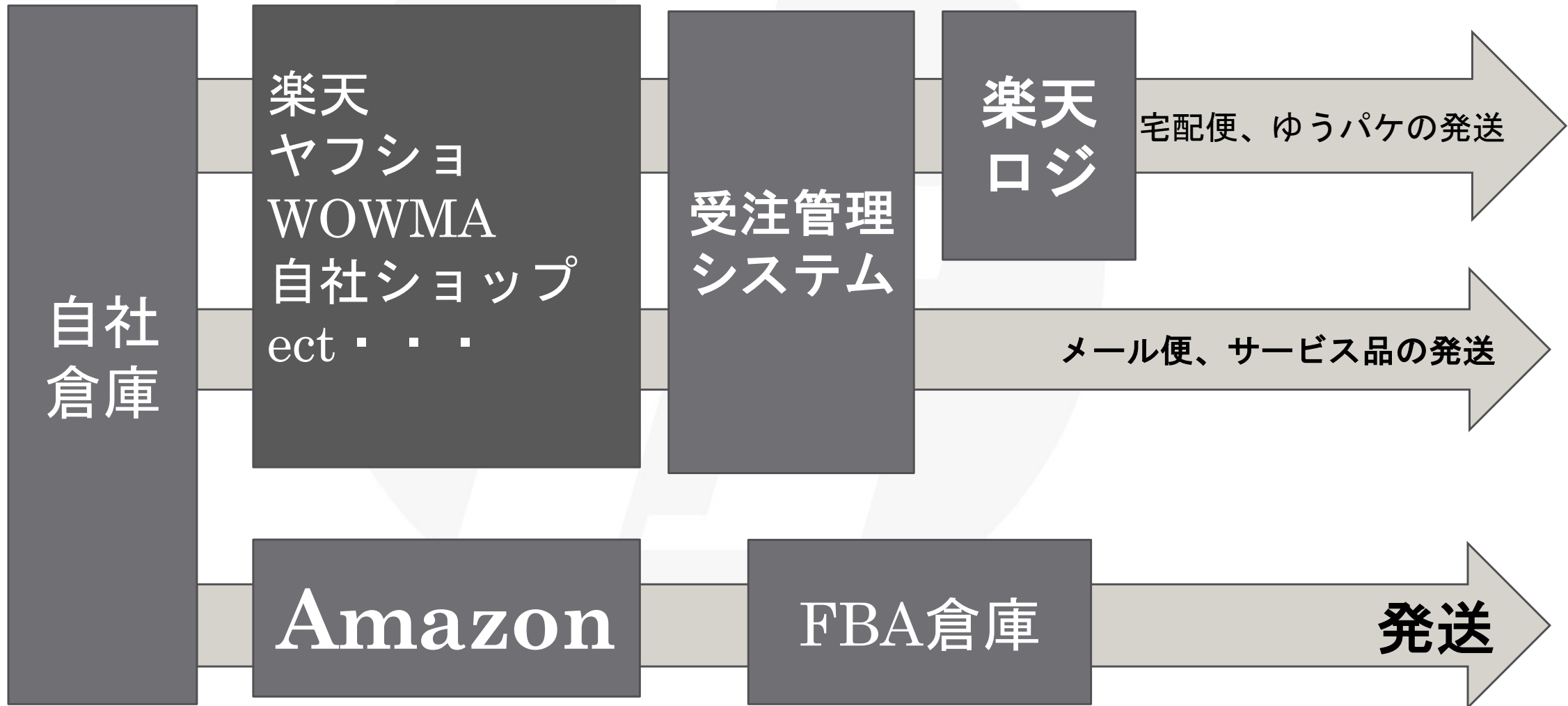
訪問からの改善

- 定期的にバックヤードだけのミーティングを行うようになった。
(目的をお客様満足度の向上に掲げ、発言をバイトも含め行う。)

自社なりの受注管理システムの改善。効率化

(サンクスメールの自動配信、振り分け設定、スタッフどうしが
教えあう環境づくり)

現状の配送方法（弊社の場合）



顧客クレームの改善

- ・クレームを振り分けてみた

ネット販売特有の主要な3つのクレーム

- 1、【配送】に関する問い合わせ&クレーム
- 2、【商品】に関する問い合わせ&クレーム
- 3、【店舗】に関するクレーム

1、【配送】に関する問い合わせ&クレーム

- ・納期や入荷情報などの問い合わせ
- ・あす楽なのに翌日届かなかった。
- ・時間指定の期日に届かなかった。
- ・違う商品、違うカラーが届いた。
- ・不良品が届いた。
- ・ラッピングしてなかった。ect、、、

2、【商品】に関する問い合わせ&クレーム

- 詳細の詳細についての問い合わせ（スペック）
- 思っていたの（イメージ）と違った。
- 商品不良による返品、交換

購入する事前期待>利用実感

3、【店舗】に関するクレーム

- ・CSの対応の仕方に関するクレーム
- ・返信が遅い
- ・前対応した人と言ってることが違う
- ・気に障ることを言った
- ・質問したことに答えてない。

1、【配送】に関する問い合わせ&クレーム改善

- ・納期や入荷情報などの問い合わせ・・・納期情報の見直し、工場からの納期は信用しない、予約注文は出荷されてから予定納期+10日、Q&A
- ・あす楽なのに翌日届かなかった、時間指定の期日に届かなかった。・・・倉庫や配送会社、受注管理システムの理解、共有
- ・違う商品が届いた、ラッピングしてなかった。・・・自社倉庫管理、配送スタッフの教育の改善（後ほど）

2、【商品】に関する問い合わせ&クレーム改善

詳細の詳細についての問い合わせ（スペック）・・・CSとデザイナーが連携し、都度LP改善、よくある問い合わせの明記

思っていたの（イメージ）と違った。・・・よく見せすぎない。
ファーストビュー等のイメージ写真使うが、実物に近い画像も加える

商品不良による返品、交換・・・不良を減らす工夫
（検品、品質管理、交換の手間を簡単にする、連絡不要にする
（同梱物））

購入する事前期待＝利用実感に近づける

3、【店舗】に関するクレームの改善

- ・ CS の対応の仕方に関するクレーム・・・品質をそろえる
- ・ 返信が遅い・優先順位づけ
- ・ 前対応した人と言ってることが違う・・・受注システムによる顧客情報の共有の徹底（何日の何時に対応したかコメント欄に明記）
- ・ 気に障ることを言った、質問したことに答えてない。・・・ダイレクト回答

メール対応改善

- 品質を揃える・・・良い文例は共有して、テンプレートで蓄積（ナレッジ）していく。
- ダイレクト回答
お客様の状況を確認して、聞かれたことに対してダイレクトに答える。テンプレートは絶対ではなくテンプレートは状況とセットで使う。
- 例) 納期の問い合わせ・・・購入前の方なのか、遅延して待たせてるお客様なのかで全然状況は違う。
- 文面が長くなって要点がわからないこともあるので、意外と難しいですが徹底すればクレームは激減する。

優先順位づけ

- ・ 問い合わせの対応順は？！

古い順、やりやすい順、重めを後回し・・・×

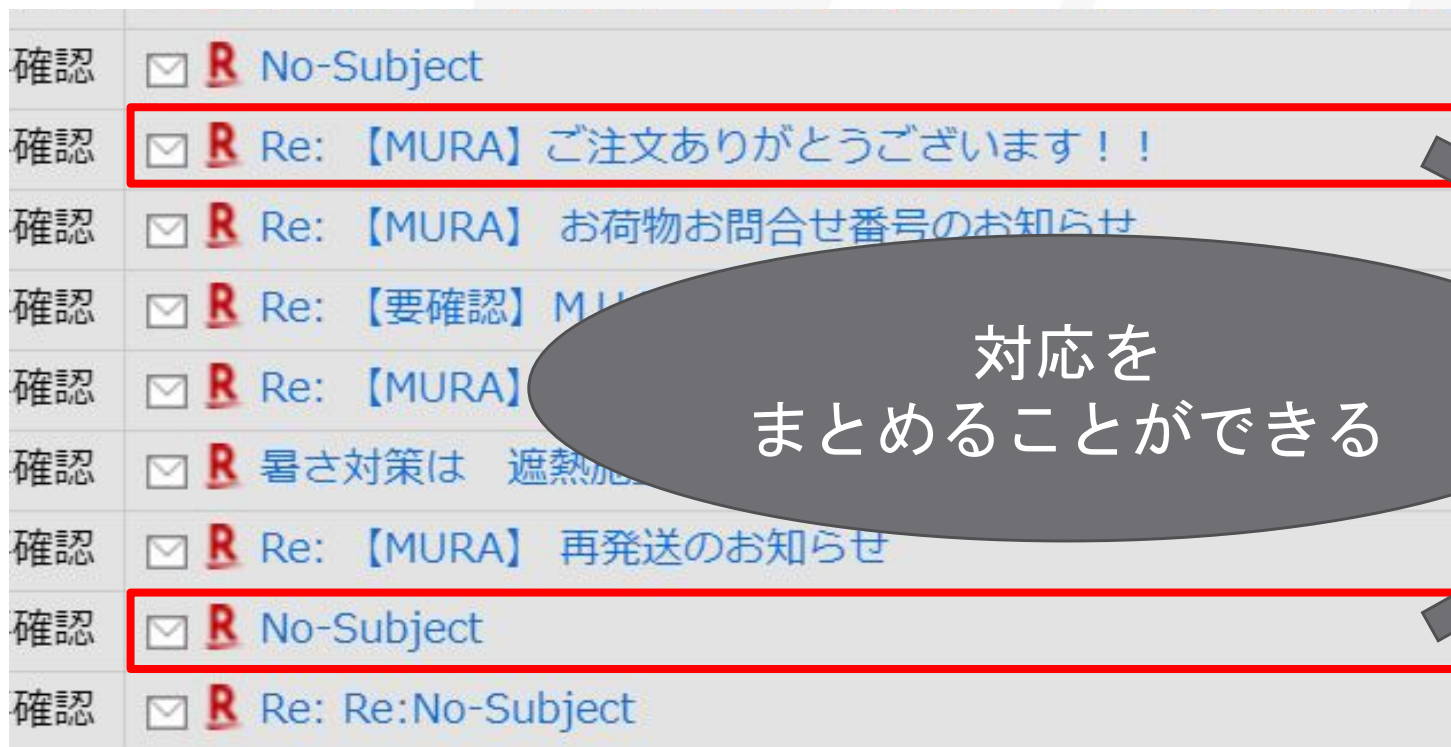
重要度の高い順・・・◎

重要度の高い例・・・初期不良での返品、返金や納期遅れの出荷催促

重要度の低い例・・・出荷の状況確認や商品の事前問い合わせ、受け取り連絡


優先順位づけの効果

毎朝出社したらベテラン**すべてのメールを開封して振り分け作業**を行ってから重要度の高い順から返していく。低いものは新人に。



同じお客様の場合

接客の難易度について



シチュエーション	使える道具、武器		
	表情	仕草	声
対面	○	○	○
電話	×	×	○
メール	×	×	×

ネット物販での対応の主流のメールは実はすごく難易度が高い。

レビュー1には難易度の下がる電話で対応！

- ・**楽天のレビューは現在すべて店舗側が把握できる**

※レビュー投稿時のご注意

- ・平成30年4月12日から、レビューを投稿すると必ずショップに注文番号が通知されるようになりました。お客様のサポートが必要だと判断される投稿をいただいた場合、ショップからお客様へご連絡をさせていただく場合がありますので予めご了承ください。

電話対応では

- ・不良や商品不備、、

レビューを拝見して連絡した旨をして状況をヒアリングする→なるべくお客様の負担をかけない方法を提案する。

レビューを5にしてとは言わない。、言ってはダメ。

キャンセル対応のお客様にはキャンセル前に、交換などのご対応のお客様にはご満足いただけれたら変更くださいとお伝えして対応する。

楽天のレビューの仕組みを把握

- ・購入後のレビュー・・・購入履歴から評価変更可能
- ・キャンセル後のレビュー・・・変更不可！？

(お客様のヒアリングからしかデータがなく未検証だが、いろんな説がある)

キャンセルするお客様であればできる限りキャンセルする前に、変更、削除をお願いする。

できるだけ良いレビューを書いて頂く、悪いレビューを書かせない仕組みづくり

良いレビューを書いて頂く

- ・ レビュー書いたら～（プレゼントや保証→送料無料→クーポン）
- ・ フォローメール。

悪いレビューを未然に防ぐ

- ・ LPに懸念事項を納得してもらえるように、よくある問い合わせを記載。
- ・ 同梱物やフォローメールに不備があった場合の連絡先をわかりやすく。

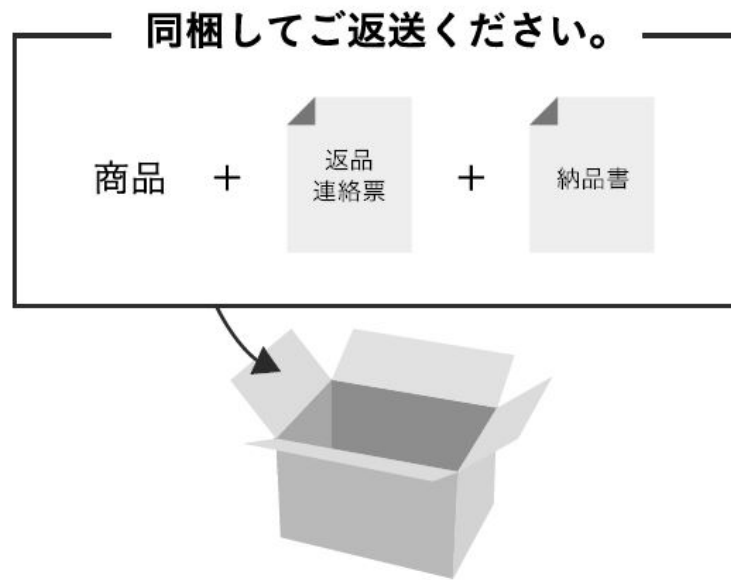
同梱物

■ 返品連絡票 ■

- 返品を希望される場合は、事前に表面の注意事項をお読みいただき、本紙にご記入の上ご返送ください。
- 納品書と商品を確認後、返品・交換手続きをさせていただきます。ご購入時の決済方法にて返金となりますのでご了承ください。(カード決済の方は、手続きの日により翌月にキャンセルで払い戻しの可能性があります。ポイントでお支払いの場合、手続き時に利用期間を過ぎているポイント分は返還されない場合がございます。)

返品に必要な物：

- 返品連絡票 (本紙)
- 納品書 (納品明細書)
- 商品 / 付属品すべて
- 領収書 (別途発行済みの方)



返品には上記のすべてが必要です。不足の場合はご対応致しかねますのでご了承ください。

返品理由をご記入ください。

メール対応で間違いやすい例

- ・事例：運送会社が時間通りに配達に来なかった。
- ・クレームになる対応
ご迷惑をおかけし、申し訳ございませんでした。
当社から運送会社への指示は正しく行われておりました。
運送会社が交通事情などで時間通りに伺えなかったものと思わ
ます。

運送会社に責任を擦り付けてるように感じてとても不愉快に感じた。

お客様にとっては関係ない。

改善例

せっかく配達をお待ちいただきながら、ご迷惑をおかけし誠に申し訳ございませんでした。弊社からも、運送会社には改善指導を行わせていただきます。この度はご不快をおかけいたしました。が、今後とも弊社をご愛顧いただければ幸いに存じます。どうぞ宜しくお願いいたします。

【責任の主語を自分にする事】で事情を納得いただける。

2、倉庫、配送改善について

課題

配送ミスが多い・・そもそもの商品間違え、カラーサイズ間違い、ラッピング忘れ、日時指定

配送スタッフの人件費削減・・スタッフによってもスピードや細かなやり方が違う。

**統一化、いろいろ考えなくてもいい
仕組みづくりをする**

物量の基本は整理から

- ・ 売れない不良在庫を捨てる！！
- ・ 使っていない備品や消耗品を捨てる！！

無駄な管理コストを
なくす！

捨てる！→分ける！（グルーピング）

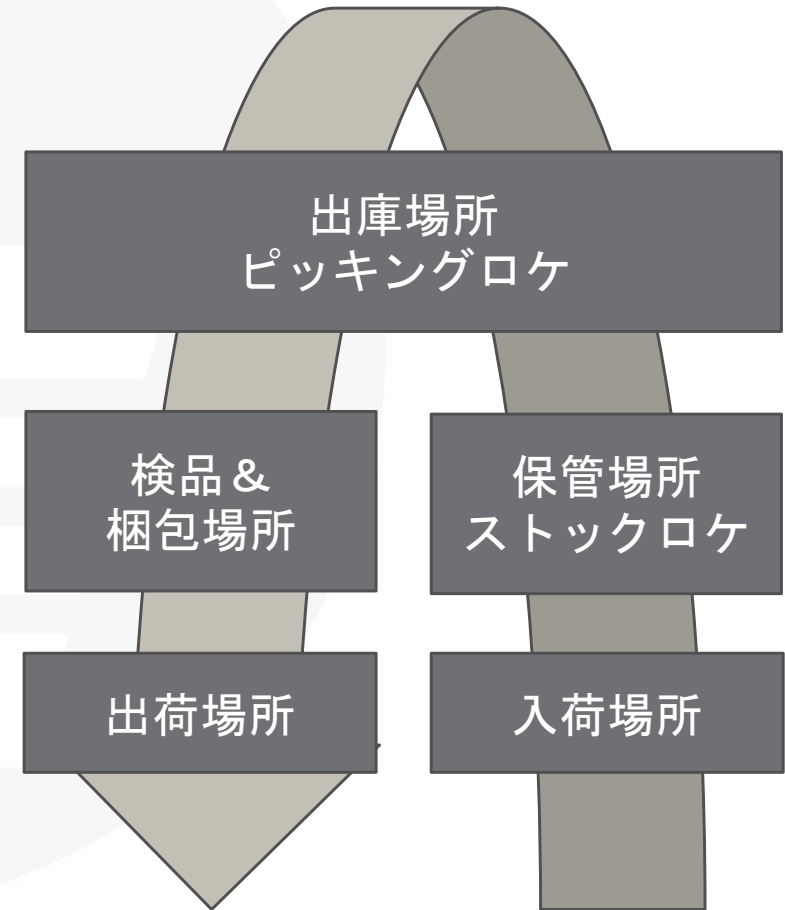
- 1、作業エリア→入荷場所（荷受け&検品）、梱包、荷揃え場所、出庫場所
- 2、保管エリア→保管場所（ストックロケ）、出庫場所（ピッキングロケ）
- 3、その他→備品置き場、返品商品置き場、接客場、休憩場所

倉庫レイアウトする

基本は1筆書きができること・・物流＝モノの流れ



ワンウェイ型



Uターン型

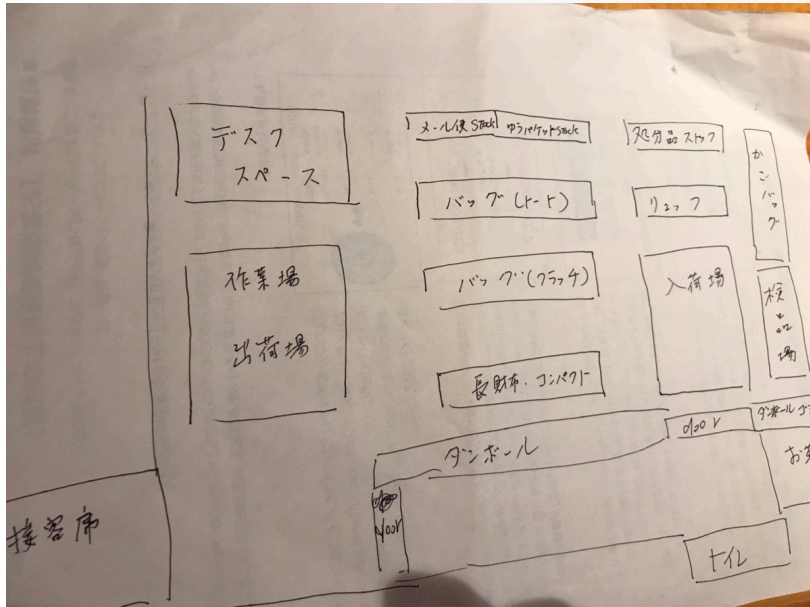
物販事業者（個人含む）の倉庫とは

今の100%よりも変化に対応できる環境づくりが必要

- ・ 売れ筋商品が変わる
- ・ 商材自体が変わる
- ・ 主要事業が変わる



手書きでレイアウト、すぐに改善



まず手書きで書いて
違うなと思ったらすぐに
動かせるようにする。
やってみてから改善
する。

物流の6ない（ろくない）

- 1、待たせない・・・仕事のまつ作業をなくす
- 2、持たせない・・・荷物の移動や、無駄に持たせない
- 3、歩かせない・・・無駄な歩行をさせない
- 4、**考えさせない**・・・やるやらない、良し悪しの判断をする仕事をさせない
- 5、書かせない・・・記入作業をさせない
- 6、探させない・・・荷物を探さなくてもいい環境をつくる

**1秒1歩0.7円。＝無駄な動きをさせない
（立ち止りや悩むことをへらす）**

遠くから離れてみても誰でもわかるように



- ・ **3M離れても見える**
大文字で

- ・ どんな商品か一目で
わかる画像付き

- ・ 型番、カラーなど

まとめ

B.Y (バックヤード) = Creative

CSや物流スタッフのバックヤードの改善は自分たちで【考えること】を継続すること。