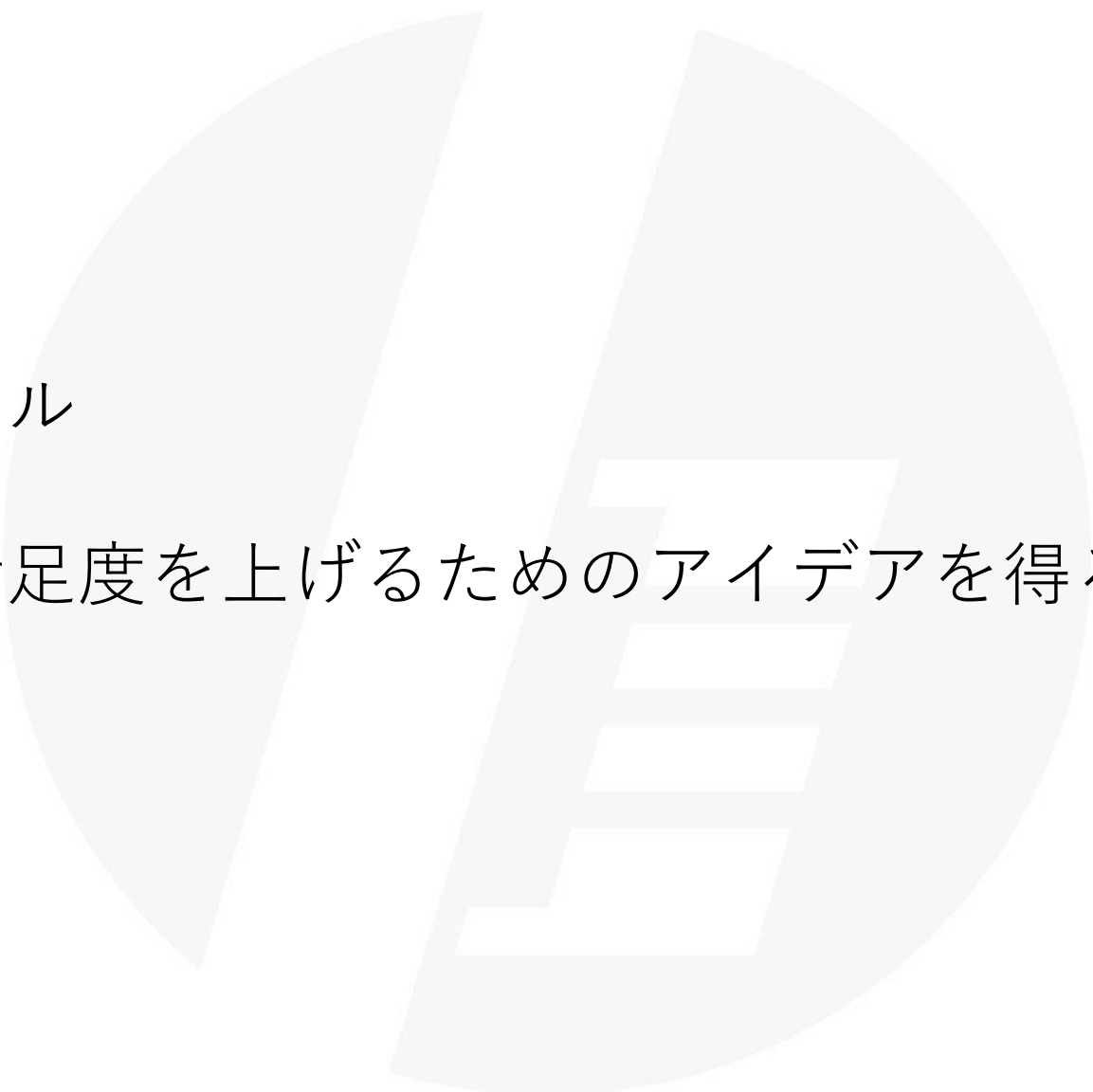


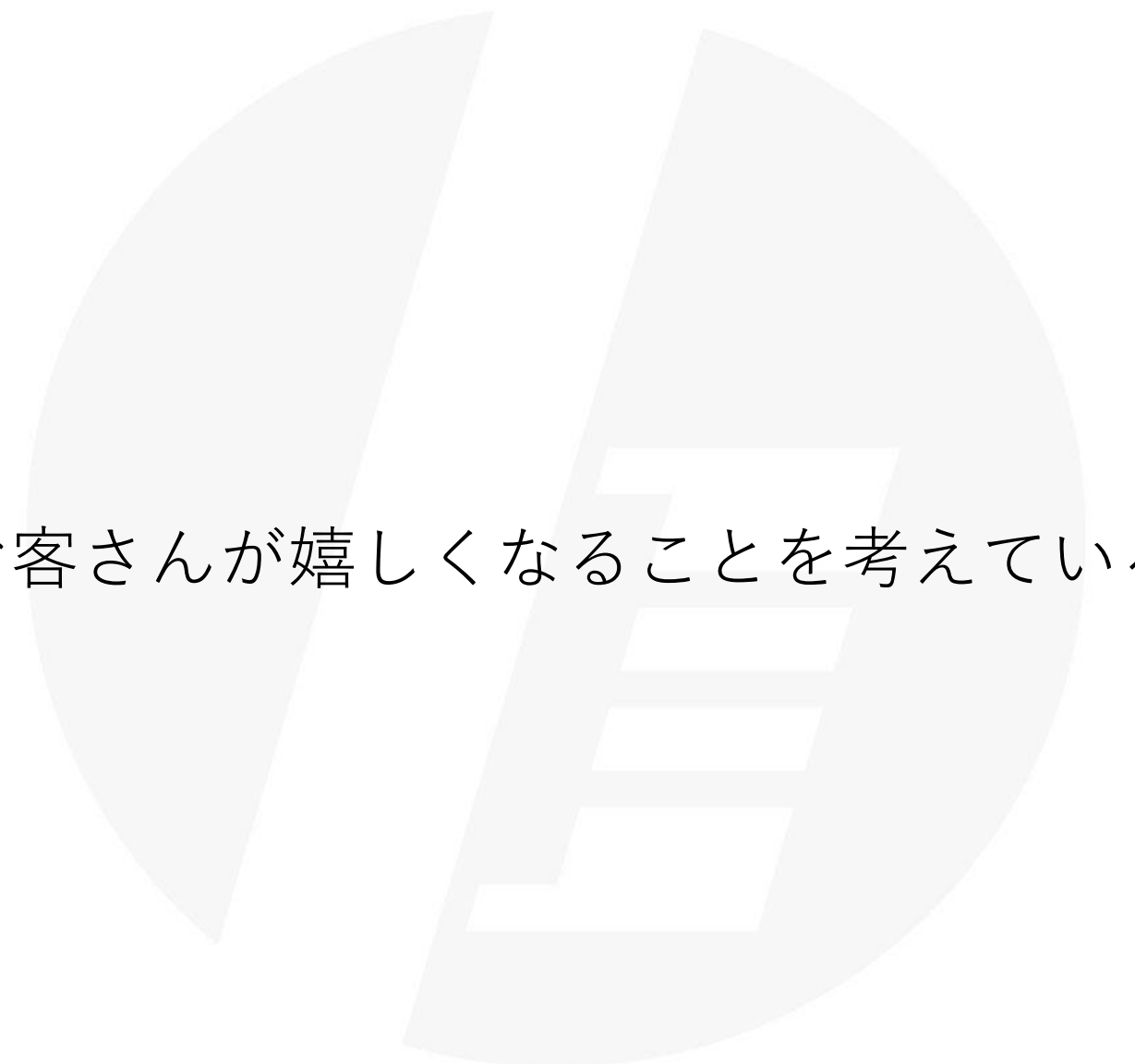
2023-4

商品販売後の
顧客満足度について考える



■ ゴール

顧客満足度を上げるためのアイデアを得ること



お客さんが嬉しくなることを考えている

■パッケージや同梱物を意識したきっかけ

差別化をしたい

が出発地点

最初はお客さんのほうを向いてからのスタートではなかった

■私の考え方の元になっていること

萩原さんのセミナーやウェビナーよりヒントを得たこと

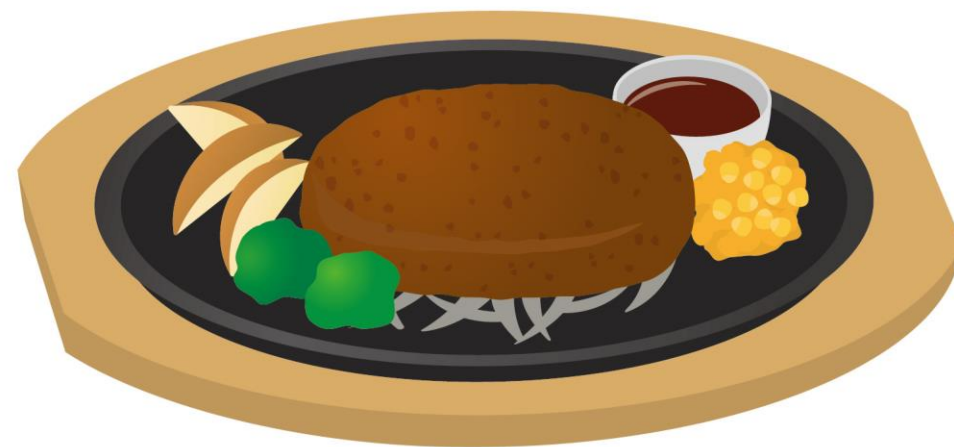
- ・お客さんの買う理由はなんとなく
→なんかいいの積み重ね
- ・周りが●なら▲にする
- ・一生懸命作ったものは伝わる

■考え方

- ・ 同梱物・パッケージ・販売後の接点は、コンセプトや伝えたい感情に沿って一貫性を持たせる
デザイン、色、雰囲気、コピーや文章、温度感を意識
- ・ コンセプトに感情が入っていない場合は、お客さんに感じてもらいたい感情を決めて、気持ちを伝える
- ・ お客さん目線で考える

- ・商品自体が良い物であることが前提
- ・物が悪く不満が出てしまえば、いくら梱包を良くしても、
良い同梱物を入れても満足度は高くなりにくい
- ・今回お話することは商品のデコレーション、トッピングの
ようなもの
例えば、、、

デコレーションする



デコレーションする



■やっていること

- ①丁寧な段ボール梱包、同梱物を入れる順番を考える
- ②パッケージが見えるようにOPPの袋で丁寧に包む
- ③ギフトパッケージ仕様
- ④サンクスカード
- ⑤ちょっとしたおまけをつける
- ⑥お誕生日などのイベントカードを希望者につける
- ⑦注文、発送、フォローメール

①丁寧な段ボール梱包、同梱物を入れる順番を考える

きっかけ：レビューを読み込んでいた時にお客さんは1つの満足や不満をきっかけに、些細なことでもレビューに付け加えて書いていく傾向に気が付いた

理由：些細なことでレビューが悪くなるのはもったいないと感じたため

②パッケージが見えるようにOPPの袋で丁寧に包む
きっかけ、理由：仕入れた商品に袋がない物もあり、
そのまま倉庫に納品ができなかったもので、OPP袋に入れた
結果的にギフト感が出て丁寧に見える。

③ギフトをもらったようなパッケージ

きっかけ：差別化

理由：プレゼントっぽいギフトパッケージが少なかった

ポイント：自分がプレゼントをもらったような気持ちになる箱を選んだ

④サンクスカードをつける

きっかけ：ブランドを好きになってもらいたい

理由：温かい気持ちになってもらいたい

⑤ちょっとしたおまけをつける

きっかけ：商品に満足していると小さいことでもレビューに書いていることに気が付いた

理由：ちょっと良いことを+して、なんかいいを積み上げたいため

⑥お誕生日などのイベントカードを希望者につける

きっかけ、理由：お誕生日カードなどメッセージカードの要望があり、お客さんの期待に応えたいため

⑦注文、発送、フォローメール

きっかけ、理由：注文、発送メールはデフォルトのままレビュー依頼を目的としてフォローメールを出していた

■要素

- ・ お礼
- ・ ブランドの想い
- ・ 何かあればすぐ対応すること と 問い合わせ先
- ・ 商品のお手入れ方法や注意事項

■ サンクスカードなどの同梱物全般の作り方

- ① Yahoo画像検索、Pinterestで
大まかなイメージのキーワードで検索

※検索するキーワードは具体的ではなく、
例えばメッセージカードのようにざっくり調べる

- ②なんとなく沢山見る
- ③いいなと思った要素を取り出して、要素を使う
要素=なぜ良いと思ったか？を深掘りしていく
- ④実際にその要素を入れて作る
要素とはレイアウト、色使い、画像や写真（絵的な物）など
イラストや写真を入れる場合は有料素材サイトで買うか
書き起こしてもらおうかしている

■ 損得なしで伝えるには？

- お客様の方を向いているかどうか
自分がいいたいことだけを言わない
競合の真似をして考えないこと
- 本当に思った気持ちをストレートに伝える



■ スタッフや外注さんをお願いする場合

- ・ 裏表がなく素直な方をお願いする
- ・ 自社のことが好きな人