

週刊 通販新聞

発行所
株式会社 通販新聞社
東京都文京区本郷2-11-6
〒113-0033 (谷口ビル4F)
電話 03-3815-7635(大代表)
03-3815-1903(代表)
FAX 03-3815-7196
URL: http://www.kbns.co.jp
毎週1回(木曜日)発行
購読料 年間31,100円(税込)
振替口座番号 00140-2-705705

その広告で
大丈夫
Q 実務法広告研究所
東京 DCCアーキテクト 03-6278-6892

今週の主な記事

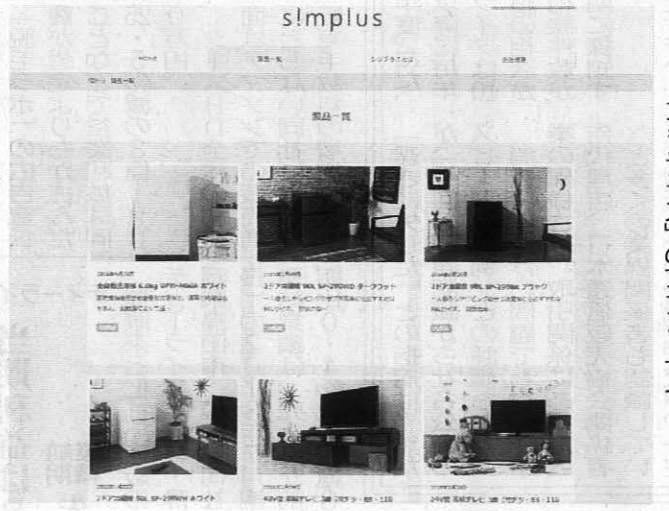
アマゾンジャパン、法人向けECCのカラーミーショップ大賞、「わざわざ17年度の宅配取扱実績、5%増の再春館、聴覚に優しいコールセンター

ダメ出しからヒット誕生

顧客の声に向き合う

消費者目線の商品開発を行う上で、欠かすことができない材料となるのが企業に寄せられる顧客からの声だ。中には既存のサービス・商品に対する厳しい指摘や不満といったネガティブな意見も多いだろう。しかし、そうした声を正しく消化することで、人気商品の開発ヒントにつながることもできた事例もある。通販企業にとってはサイトやSNS、アプリ、電話など様々なチャネルを通じて顧客と密接なコミュニケーションが取れる時代となっている。顧客の不満と正しく向き合う各社の手法を探った。

が盛んになっているという背景もあつたが、同社の場合はそのほかにも顧客からの声が大きく影響していたという。「以前に『そもそも何に使うのか分からない機能がテレビにたくさんついていて』という顧客からの電話を受けた。であれば、機能を絞ったシンプルなおテレビを自作で作ろうと考えようになった」と岡本洋明社長と振り返る。



「シンプル」のブランドサイト

み自転車今年度中に発売する予定。同商品についても昨今の住宅事情に合わせて、都市部のマンションで通常サイズの自転車置き場が限られていることなどに対する不満の声を受けて開発が始まったものだ。引き続き、顧客が抱える不満や問題点から新たなヒントをつかんでいく考え。

「ださい」の声からジーンズを改良
ユニクロでは顧客の声によって改良された商品「ユニクロアップデー」をコーポレートサイト内

「シンプル家電」誕生のきっかけ

インテリアや雑貨、家電などのネット販売を手がけるジェネレーションパスでは、昨年1月にPB商品ブランド「Simplex」を立ち上げ、第1弾商品としてハイビジョン液晶テレビなどを販売している。

元々同社ではメーカーから商品を仕入れて、大手手販している。PB家電販売したのは、近年はB商品ブランド「Simplex」を立ち上げ、第1弾商品としてハイビジョン液晶テレビなどを販売している。

「クレームの内、何かのヒントになるのは数%。実際に商品化できたケースで言えばさらにその数%かもしれない。しかし、それを見つけた作業だ。」

業はカスタマーセンターのモチベーションアップにもつながる。「(同)とており、PB化の予定がないジャンルの商品へのクレームに対しては仕入れ先のメーカーとも共有して、その後のメーカー側の商品改良につながるようフォローしている。

同社の場合、PB化する商品ジャンルは限定して「ユニクロアップデー」というページで紹介している。同ページで紹介された商品の一例として、「E商品」の商品「Z Yデニム」がある。商品はストレスフリーな履き心地を実現するため、ウエスト部分にリブ(伸縮性のあるゴム編み)を採用している。以前は、一目ではっきりと



シンプル機能で訴求するジェネレーションパスのPBシリーズ「シンプル」のテレビ

「不便の解消」に不満はイノベーションの伊藤友博社長

Insight Team(インサイトテック)では、消費者が日常で使っているサービスや商品などについて感じた「不満」投稿を受け付けており、現在、40万人近くの会員から920万件の不満データを集めている。不満内容は業種・サービス別にテキストベースで受けており、同社ではAIを使ってこれらの内容を解析して分類。消費者の不満の声を企業のサービス改善や商品開発などにつなげていく支援事業を展開している。企業にとって不満と向き合

「不便の解消」に不満はイノベーションの伊藤友博社長。その上で、「当社では以前は読者モデルやタレントといった不満の声にこのように対応していた。現在は、最近の商品開発部分で自分たちが対応できるのか、選択と集中を上手に行う作業が必要。また、最近の商品開発部分で自分たちが対応できるのか、選択と集中を上手に行う作業が必要。また、最近の商品開発部分で自分たちが対応できるのか、選択と集中を上手に行う作業が必要。」



「不便の解消」に不満はイノベーションの伊藤友博社長