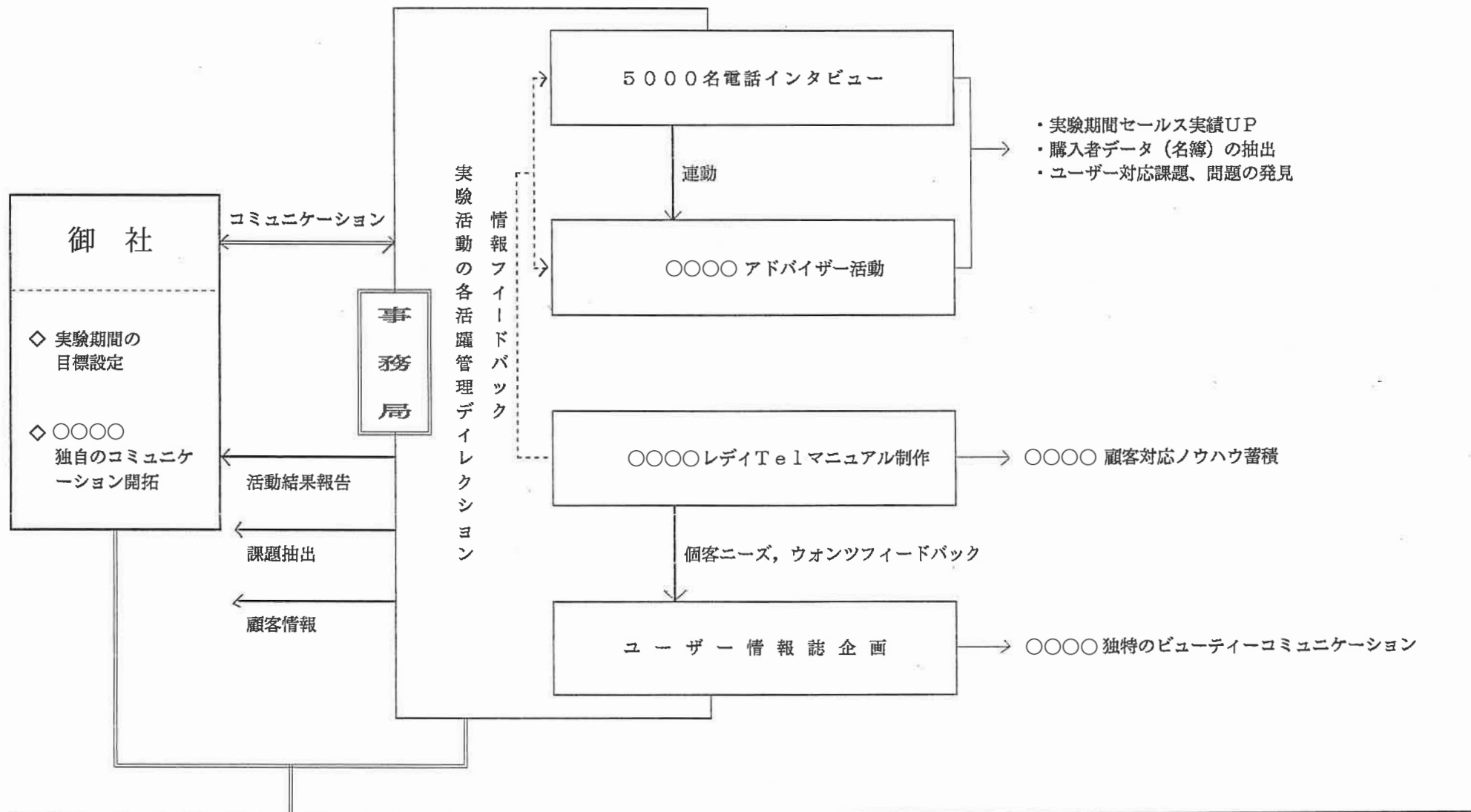


〇〇〇〇 実験展開フォロー施策

実 施 ・ 活 動 計 画

実験展開における〇〇〇〇事務局の活動と役割



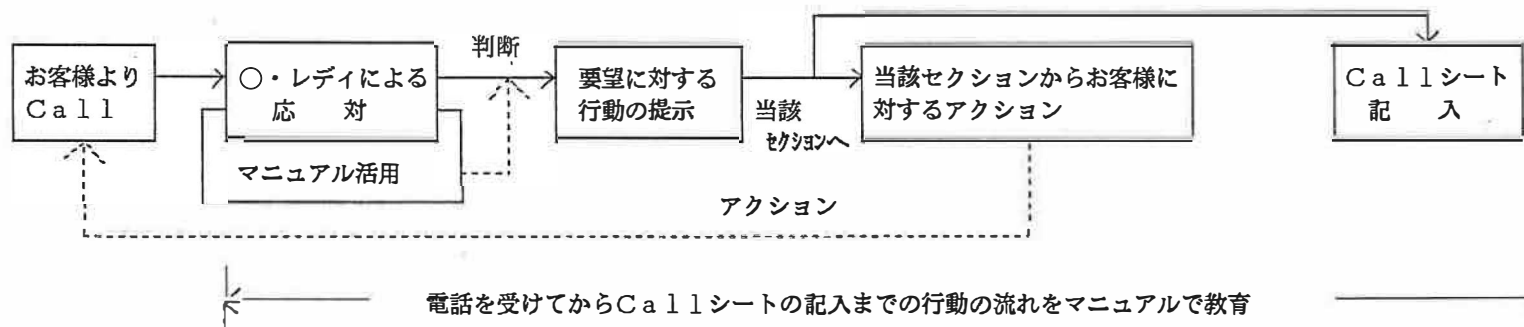
● 実験期間中の 〇〇〇〇 事務局は東京（フリーダイヤル窓口のみ京都）に置くこととします。

● 東京 〇〇〇〇 事務局では ・5000名電話インタビュー／ ・〇〇〇〇アドバイザーの組織化→活動／ ・〇〇〇〇レディTelマニュアルの制作／ ・ユーザー情報誌の企画など
各作業の進行管理業務及び 御社 当核背セクションへの報告、コミュニケーション業務を担当します。

●マニュアルの目的

- ・〇〇〇〇レディ（京都事務局）が商品に関するお客様の様々なお問い合わせやご相談に、常に均一の情報密度でお答えするための指針として位置づけます。
- ・マニュアル活用により、フリーダイヤルコミュニケーションの円滑化を図り、結果的には〇〇〇〇のブランドイメージを高める効果を期待します。
- ・お客様のフリーダイヤル内容は、「Callシート」に個別に記入し、マニュアル情報の欠損確認、改訂に役立てます。
- ・また、〇〇〇〇レディをマニュアル教育を通じ「お客様の要望に対するアクションは何か」を判断できるよう育成し、Call～行動への連携プレーの省
タイム化、クイックレスポンス化を目指します。
- ・当マニュアル内容は、5000名の電話インタビューや〇〇〇〇アドバイザー活動にもフィードバックし、各活動の顧客対応場面で有効活用を図ります。

●活用のしくみ



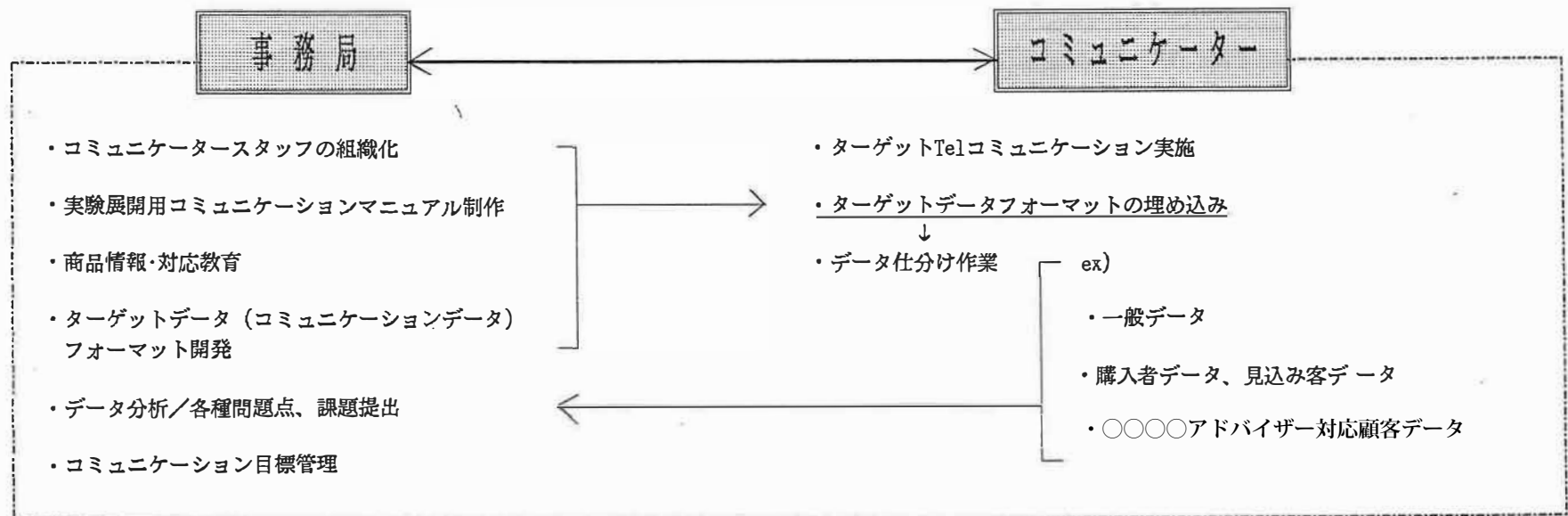
●マニュアルの留意点

マニュアル使用者に対する留意点	・電話窓口業務の経験有無に関わらず、誰でもトレーニングによって一定レベルのお客様対応ができるよう配慮されたマニュアルであること ・お客様のCallテーマによって、必要部所を確認し易い形態、仕様がとられたマニュアルであること ・お客様の要望に対する解決の方向を抽出できるマニュアルであること
マニュアル制作上の留意点	・〇〇〇〇電話対応マニュアルとして、十分な情報が網羅されていること ・長期的な使用を想定し、必要に応じた部分改訂、情報付加が可能な形態であること ・基本的には電話対応のケーススタディ集として、読み易く、分かりやすい内容で展開されていること

●活動目的

- ・サンプリングを実施した5000名のターゲットに個別コンタクトを通じ、商品への感想、使用感などのリアクションデータを回収します。
- ・同時に購入希望客及び購入見込み客を抽出します。
- ・回収したデータは、現状の問題点、課題抽出と解決に向け活用します。

●活動のしくみ



(□, △はそれぞれ5000名以内、7ドバイザ活動教育へのフィードバック部分)

	テ ー マ	項 目	主 な 内 容
基 礎 知 識 編	事務局活動概要	①○○○○レディとは	・ ○○○○事務局の役割、活動 ・ ○○○○レディの活動のあらまし、心構え
		②○○○○レディの活動説明	・ ○○○○レディの具体的な活動内容についての説明 (電話を受けてからCa llシートを記入するまで)
	商品知識	①商品知識 □△	・ 商品の種類、使い方、効果、価格など商品に関する基礎知識
	周辺知識	①販売・流通システム □△	・ 商品の販売方法(申し込み方法、支払い方法)、お届け方法についての基礎知識
		②商品の情報 △	・ サンプル、カタログなど○○○○商品情報(SPツールやユーザー向け印刷物)の種類と活用方法
お 客 様 応 対 編	フリーダイヤルがかかってきたら…	①電話対応業務の基本 □	・ 電話の受け方、コミュニケーションの方法、電話対応に必要な資料について ・ あらゆるお客様(良心的、好意的～悪意、反感)からのコールへの対応姿勢について
	商品へのお問い合わせ 対応例	①効果に関するお問い合わせ □△	・ 商品の特長、効果、効果の継続時間、どんなシワに効果があるか、年齢や肌質による効果の差など商品の効果に関する質問、お問い合わせへの対応例
		②使用方法についてのお問い合わせ □△	・ 商品使用の順序、効果的な使用方法、使用量、メイクの上からの使用の可否、他ブランド商品との相性、併用可否など商品の使用方法に関するお問い合わせへの対応例
		③商品保存に関するお問い合わせ △	・ 保存方法、保存場所、保存温度、保存期限(使用期限)など商品の保存状態に関するお問い合わせへの対応例
		④その他のお問い合わせ □△	・ 成分に関する質問、既存商品以外の商品(メイク用品など)の有無、子供が商品を飲んでしまった、液が目に入った等の場合の対応例
	クレームに対する 対応例	①商品効果に関するクレーム □△	・ 効果が無い、効果が感じられない、効果が持続しない、化粧が崩れる、化粧のノリが悪いなど商品の効果に関するクレームへの対応例
		②肌のトラブルに関するクレーム □△	・ 肌がカサつく、ごわごわする、使用したらかぶれた、シワが増えた、シミ、ソバカスなどトラブルが起きた、など商品使用による肌のトラブルに関するクレームへの対応例
		③使用中の商品に関するクレーム	・ 容器の中で固まった、容器の中で分離した、変色した、臭いが出た、質感が変化したなど、使用中の商品の変化、変質に関するクレームへの対応例
		④価格に関するクレーム □△	・ 価格が不当、価格の割に効果が無い、SP(ハッキリなど)にコストをかけすぎる、値引きしてほしいなど、商品の価格に関するクレームへの対応例
		⑤販売・契約に関する	・ 頼まない商品が届いた、間違った商品が届いた、契約申込を取り消したい、返品したい、サン

事務業務編		クレーム △	プルを使用したら購入を強要された、しつこい訪問や勧誘を受けた、届いた商品が破損していた、頼んだ商品が届かないなどデリバリー、販売、契約業務に関するクレームへの対応例
		⑥その他のクレーム □△	・カタログの表現が誇大だ、広告に嘘がある、パッケージが使いづらい、デザインが悪いなど商品の周辺に関する様々なクレームへの対応例
	商品購入・サンプル等の要望	①購入希望 □△	・商品購入希望顧客への対応例
		②サンプル希望	・商品サンプル希望顧客への対応例
		③資料希望	・カタログ、パンフレットなど商品情報希望顧客への対応例
		④その他の希望	・商品説明を直接受けたい、友人、知人にも商品を紹介したいなど、①～③以外の希望への対応
	美容相談	①シワに関する相談 △	・シワを出さない、減らす、メイクアップでカバーするなど、シワに関するスキンケアやメイクアップに関する質問への対応例
		②メイクに関する相談 △	・様々な条件（季節、年齢、肌質）におけるメイク方法についての質問対応例
		③スキンケアに関する相談△	・加齢による肌や髪の変化に関する質問への対応例
	御社他商品に関する相談	①商品情報	・御社他商品（下着、水着、部屋着類）の種類、サイズ、価格に関する質問
		②販売方法	・他商品の購入方法（通販、店売り）当核地域の販売店の問い合わせ
		③クレーム	・他商品に関するクレーム ex.)サイズ、品質、価格、通販上での問題など
	電話対応後の業務処理	①フリーダイヤルが 終了したら…	・電話対応後の事務局活動の流れについての説明
		②当該セクションとの リレーション	・お客様のコールテーマに関して当該部署への対応連絡、情報提供 ・各部署とのリレーションの取り方について
		③コールシートの記入	・1通話毎のコールシート記入方法
		④資料分類	・定期的なコールシートの整理と、資料内容のデータ化

※○○○○レディマニュアルは、A4－64P程度の内容とし、状況、必要に応じ修正、改訂が加えられる仕様で制作します。

表紙 (タイトル)	目次	基礎知識編 とびら	事務局活動概要 ①〇〇〇〇レディとは	②〇〇〇〇レディ活動概要	商品知識 ①	②
1	2 3	4 5	6 7	8 9		

③	④	販売流通システム ①-a 販売に関する 基礎知識	①-b デリバリーに関する 基礎知識	②カタログ類情報 とびら
10 11	12 13	14 15	16 17	

フリーダイヤルが かかったら ①電話対応の基本	商品への 問い合わせ ①商品効果に関する 問い合わせ	②商品使用方法についての 問い合わせ	
18 19	20 21	22 23	24 25

③商品保存方法 ④その他の 問い合わせ	クレーム対応例 ①商品の効果に関する クレーム	②お肌のトラブルへの クレーム	③使用中の商品への クレーム
26 27	28 29	30 31	32 33

④価格クレーム	⑤-a デリバリーに関する クレーム	⑤-b 販売・契約に関する クレーム	⑥広告・SPに関する クレーム
34 35	36 37	38 39	40 41

購入・サンプル希望			美容相談	
①商品購入希望	②商品サンプル希望	③商品資料希望	④その他の希望	①シワに関する相談
42 43	44 45	46 47	48 49	②メイクに関する 相談

御社他商品に ついて			事務業務編	
①他商品に関する 質問	②他商品販売に関 する質問	③他商品に関する クレーム	とびら	①フリーダイヤルが 終わったら
50 51	52 53	54 55	56 57	②当核セクションとの リレーション

			奥付
	③コールシート記入方法	④コールシート 分類	
58 59	60 61	62 63	

表4
64

● C a l l シー ト

- ・ ○○○○レディが記入するフリーダイヤルに関する情報フォーマット。
- ・ 1通話毎（お客様毎）に1枚の起票を前提とし、各種活動のデータソースとして活用します。

（1）コールシートの内容

①お客様情報	...	住所／氏名／t e l／職業／商品使用の有無／使用商品名／使用歴／肌質
②ダイヤル内容	...	お客様のクレーム、お問い合わせ内容
③対応情報	...	お問い合わせに対する対応結果報告（どんなアフターケアを、どのセクションから、どのように、など）
④進行情報	...	電話を受けた日付け、各セクションでの対応予定スケジュール

（2）コールシートの利用例

①マニュアル改訂	...	マニュアル内容の見直し、修正のための基本資料として利用
②課題抽出	...	お客様からみた○○○○の問題点、課題の抽出に利用
③セールスの情報として	...	○○○○への興味、購入意欲のある見込み客発掘資料として利用

（3）コールシートの管理

- ・ ○○○○レディにより記入、分類されたシートは原則として○○○○事務局（京都）で保存、管理します。

● 収集情報

・ターゲットとのコミュニケーションデータは、以下のような構成で抽出し活用します。

(□印は、〇〇〇〇レディマニュアル連動部分)

	デ ー タ 内 容	活 用 方 法
商品への対応 (商品, パッケージ)	・ サンプル着かの確認.....再発送へ ・ サンプル使用の有無 ・ 使用 (非使用) 理由 ・ 使用感 ・ 効果認識 ・ 不満 (疑問点) ・ 気に入った商品、気に入らない商品	・ 購入、購入見込み情報抽出 ・ 商品及び商品使用に伴う問題点、課題抽出 ・ ユーザーベネフィット
購入対応	・ 購入希望の有無 <u>・ 購入方法案内</u> ・ 購入見込みの有無 <u>・ 人的対応の案内</u>	・ 商品発送 顧客リストへ ・ 〇〇〇〇アドバイザーへのフィードバック 訪問

※データは、ターゲット個別にフォーマットにまとめ、活用方法に即して分類します。

※サンプル未着ターゲット確認後は、追って事務局より発送します。

● お客様対応

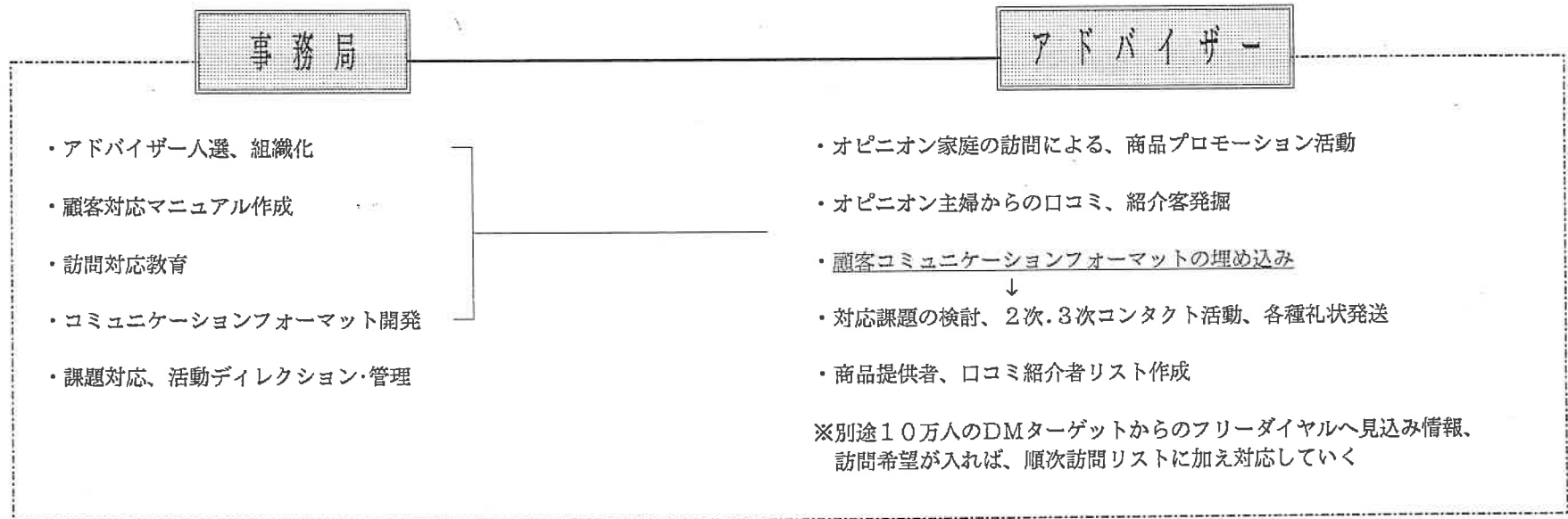
・事務局からのインタビューに際し、逆にお客様からお問い合わせをいただいた場合は、〇〇〇〇レディマニュアル（前述）に即した応対でお答えします。

〇〇〇〇アドバイザーの活動の詳細

●活動目的

- ・ 〇〇〇〇アドバイザーは、あらかじめリスト化された超オピニオン家庭を対象に、商品及び商品情報の提供を行うことにより、商品に関する口コミチャネルの開発に注力します。
- ・ それにより拡大した口コミターゲットからの紹介客、購入客の発掘を最終目的とし、オピニオン密着型の活動を展開します。

●活動のしくみ



●活動の留意点

身分証明	・〇〇〇〇アドバイザーはその身分（立場）をターゲットに提示するために、御 社 社名の名刺または身分証明書を携帯するものとする
スタッフィングの留意点	・2名1チーム構成とし、息の合ったペアで訪問活動を展開 ・〇〇〇〇アドバイザーとして、コミュニケーション意欲が旺盛で活動的な20代後半～30代女性をピックアップ ・情報吸収力があり、明るさと清潔感のある好感度の高いスタッフ構成とする
教育上の留意点	・御 社及び〇〇〇〇商品の顔として、気品ある応対を行うこと ・アドバイザーの業務の目的を正しく認識し、訪問相手への誠意のあるコミュニケーションを心がけること

● マニュアル概要

(△印は○○○○ レディマニュアル連動部分)

活動目的の認識・心構え	・御社の社名のもとに活動するスタッフの心構え ・アドバイザー活動の目的理解のための情報 ・オピニオンの家庭訪問	
商品情報	・○○○○アドバイザーとして、知っておくべき具体的な商品情報 - ex) ・<u>商品構成、効果、使用方法、使用上の留意点、具体的なメイク方法</u> ・活動中使用するツールと内容	△
訪問～退出までの基本的な流れ	・家庭訪問～退出までの基本的な流れ（トーク内容、行動、商品ロコミ促進のお願い）のケーススタディ ・各シーンにおける留意点、トーク上の留意点、使用ツール	
反応別提供情報 反応別対応例	・オピニオンの反応別対応方法ケーススタディ集 - ex) ・<u>商品に関する質問を受けた ・使用方法に関する質問を受けた ・価格について質問を受けた ・効果に関する質問を受けた</u> ・<u>お客様を紹介頂いた</u>	△
紹介客・購入希望客への対応	・訪問したお客様から新しいお客様（見込み客）を紹介された場合の具体的な対応 ・訪問したご紹介客に購入希望があった場合の対応方法	
活動報告	・訪問及び1日の活動結果のまとめ（コミュニケーションフォーマット……事務局へのフィードバック） ・翌日活動の確認と翌日訪問予定宅への事前連絡	

※アドバイザー用マニュアルは、当核期間専用マニュアルとして A4－30P 程度の内容とし、ワープロ原稿をバインダーにセットした形態で考えます。
アドバイザーは活動期間中、名刺（または身分証明書）とマニュアル携帯を義務づけられ、また、当マニュアルの一部は、○○○○ レディマニュアル（前述）の内容を流用し、顧客対応の方法の整合性をとっていきます。

● 使用ツール

(1) 訪問に伴い使用するツール

- ・名刺（または身分証明書）
- ・○○○○カタログ 大／小（20～40set／1日）
- ・○○○○提供用商品（サンプル含む）
- ・メイク用品デモンストレーションキット

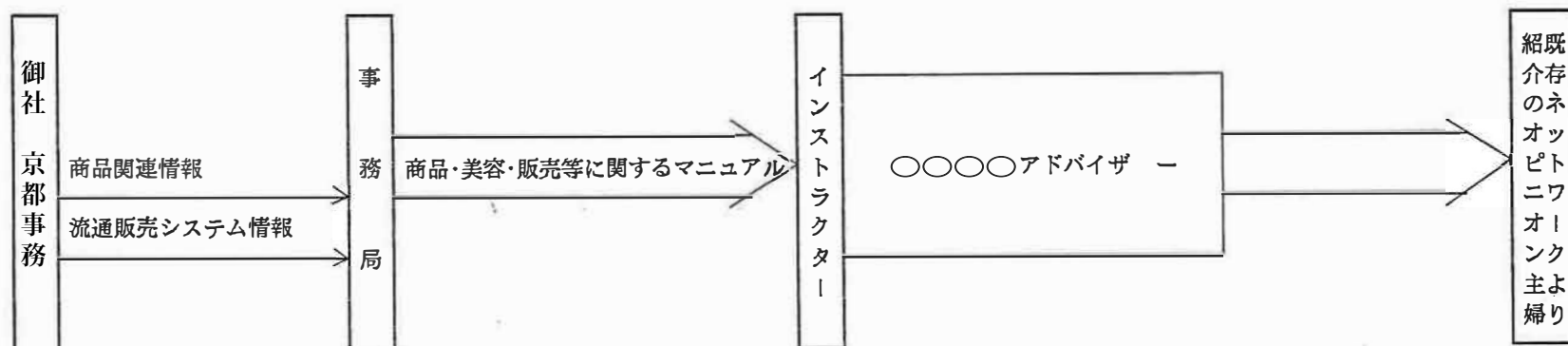
↓
(○○○○商品, タイプ別ファンデーション)

(2) 事務所内、活動終了後に使用するツール

- ・コミュニケーションフォーマット
- ・訪問礼状、お客様紹介に対する礼状

●教育システム

- ・アドバイザー教育は、専門のインストラクターが対応します。教育に伴う各種情報は下記の要領で全て東京事務局経由で管理、マニュアル化し、インストラクターを通じてアドバイザー教育に活用されます
- ・アドバイザーの活動中は、定期的（1回／1W～10日）なスタッフミーティングを適宜実施し、オピニオン家庭への対応方法のスキルアップを行います。



●活動地域

- ・アドバイザーは原則として、サンプリング地域の静岡県、神奈川県中心に、首都圏全般に行動する
- ・オピニオン家庭の訪問 各ルートからの紹介客、見込み客宅訪問

情報誌「〇〇〇〇」の制作

●制作目的

- ・〇〇〇〇ユーザーを結び付けるコミュニケーション情報誌として位置付ます。
- ・〇〇〇〇ユーザーの「美しさ」への興味に対し、多角的なビューティ情報による啓蒙を行います。
- ・ユーザーにとってのオピニオン（各界著名人）から一般の主婦まで、「人」の生き方に注目し、パーソナリティ（個性、考え方など）の美しさに焦点を当てた情報で、21Cに向けた「新しい美意識」を追求します。
- ・女性のトータルビューティをテーマに各種シンポジウム、イベントなどに向けた読者の組織化を中・長期課題と考えます。

●仕様・スケジュール

- (1) 仕様 … B5-16ページ
(2) スケジュール … 季刊（年4回発行） 夏／6月 秋／9月 冬／12月 春／3月

●構成案

ページタイトル案（仮）	記事・情報内容
表紙（表1）	・新しい時代の女性をイメージしたイラスト
表2	・御社、〇〇〇〇からの情報ページ（広告、新製品情報など）
特集 レッツビューティ	・季節やビューティトレンドに即したビューティ情報の特集記事 ・単なる化粧情報にとどまらず、皮膚や身体メカニズム（シワや老化の研究、ボディシェイプとは何かなど）を科学や健康、生活という視点で知識として理解できるように、研究者や学会関係者の取材で構成した情報密度の濃いニュース ・特集内容に適した商品や店などの情報も掲載し、読者のアクションを喚起する
ビューティアップインタビュー	・各界著名人男性へのインタビュー。彼らが考えるこれからの時代の女性の美しさについてインタビューで語っていただく
センシティブ	・ちょっと息抜きのための情報ページ。自分を磨きたい女性のための本、映画、ショップ情報など幅広く掲載
パーソン TO パーソン	・私からあなた（読者）へ、といった視点での女性へのインタビュー記事 ・自分らしく生きる 〇〇〇〇リストや女性サークルを訪問し、その人となりを取材
表3, 表4	・編集後記 ・読者のページ

※情報誌には毎号ならず「お友達紹介葉書」「商品申し込み書」を挟み込みます。

実験展開施策活動スケジュール

・実験展開施策の活動スケジュールを以下のように構成します。

・5000名インタビュー、アドバイザー活動のマニュアルは〇〇〇〇レディマニュアルのパーツを基に、それぞれのお客様との接点部分の対応方法（インタビュー用、訪問用）について情報付加を行いますので、〇〇〇〇レディマニュアルを追いかけるスケジュールとなります。

