

法人名：(株)ムラウチドットコム

店舗名：murauchi.com



家電製品  
テレビ  
パソコン  
DVDソフト  
時計  
照明器具 etc

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.



サービスの実践からサイエンスへ！

—お客様と触れ合う  
ネット通販の現場から—

2006年2月17日

株式会社ムラウチドットコム CEO 村内 伸弘

メール ceo@murauchi.co.jp

ブログ <http://murauchi.info/>



Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

# 1 本日の結論、はじめに

Murauchi.com

## 結論：画面を通じた接客が顧客満足へ

- 人材：アルバイトさん含め「わたしが代表」  
おもてなしや気づきの心を持った商人たち  
そんな商人たちが生み出す社風、雰囲気
- 顧客：一にも二にも個別対応  
→ 一方的にならず、都合を押しつけない  
(お問い合わせは実店舗の来店と同じ)  
→ 失敗から見えたやるべきこと

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

# 1 本日の結論、はじめに

Murauchi.com

## ① ネット通販 売上高推移

1997年度	0円
1998年度	1665万円
1999年度	2億 8902万円
2000年度	16億 1972万円
2001年度	31億 7811万円
2002年度	35億 1374万円
2003年度	54億 1450万円
2004年度	56億 7515万円



Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

# 1 本日の結論、はじめに

Murauchi.com

## ② メール問い合わせ件数

約250件/日

## メール問い合わせ平均返信時間

約5~6時間 (夜間受信は翌日午前中に換算)

※但し、商品、在庫、キャンセル、使い方などで違う

## ③ 電話問い合わせ件数

約100件/日

## ④ オペレーター人数

5人(平均) +  $\alpha$

※ $\alpha$ がムラウチドットコム独特の風習(後程ご説明)



Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

# 1 本日の結論、はじめに

Murauchi.com

## □ サイト画面

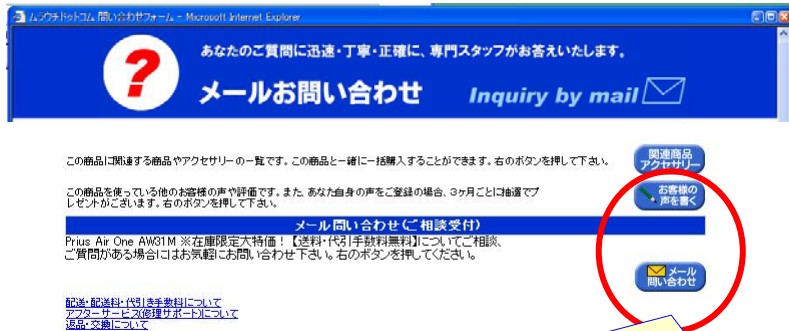
自動販売機的な  
販売方法ではなく  
「お客様の声」や  
「問い合わせ」など  
お客様がお買物を  
失敗しない工夫



Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

# 1 本日の結論、はじめに

Murauchi.com



お客様とのやりとりの中にサービス変更のヒント

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

# 2 人材

Murauchi.com

人がサービスを生み出し、  
誇り(やる気)が顧客満足を生み出す

- 「お客様のために」を言い続ける  
自分がお客様だったと考える
- 刺激し合い高め合う集団づくりを意識  
研修ではなく、日々のOJT／集団体験
- 誕生会、卓球大会、松阪牛焼肉忘年会 etc



Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 2 人材

Murauchi.com

### 人間心理(人間学) - 具体的な工夫

- お客様の味方になる。  
故障や不具合: お客様の代理でメーカーと交渉  
※人間は高等動物、そして感情の動物
- 「わからない」と言わない、めんどうなことをやる  
bad: メーカーに聞いて bad: インターネットで調べて
- 確認のお電話をする  
※セキュリティのしっかりしたお店

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 3 お客様

Murauchi.com

### 人間心理(人間学) - 具体的な工夫

- 問い合わせに対するスピードは決して早くない  
(メーカーなどにしっかり調べるので遅い?)  
bad: 素早いのコピペしたテンプレートでの対応
- 接客のプロである店頭接客経験者を要所に配置  
※問いかける接客のプロ(=会話、対話)
- 営業部門と場所的に一体  
※情報共有、セクショナリズムがない一体感

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

### 3 お客様

Murauchi.com

#### うまくいっていること

- 効率化ではなく、アナログ対応  
十人十色のお客様からクチコミ発生  
※「親切だから」と聞いてくるお客様



#### うまくいっていないこと

- オープンな点をうまく使われてしまう(コスト発生)  
※ 常識外の人は見切ることも...

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

### 3 お客様

Murauchi.com

#### 成功事例→ 例) 美顔器

##### 【 成功例 と その過程 】

店頭がない、(化粧を落とすため) 試せない

※ ネットで扱おう＝ 詳細説明つき商品掲載



問い合わせ急増 → 商談強化 → 販売増

お客様の声増加「つるつる、モチリ」

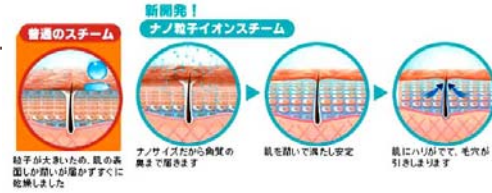
ネット全体で大評判に (現在、品薄状態)

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

### 3

特長 1 うるおいがお肌の奥までしっかり届く！ ナノ粒子イオンスチーム

Murauchi.com



□ 詳細説明



特長 2 クールパターでお肌をすっくっと引きしめ  
※ B12492-Gのみ付属

特長 3 お手入れカンタン！  
しかもコンパクトサイズ



Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

### 3 お客様

Murauchi.com

□ お客様の声(自社サイト内にあるのがポイント)

評価: ★★★★★ HN:やまうっちゃん さん [沖縄県]

彼女がほしがっていたので購入しました。  
使用した後は、肌のもっちりして感じがしてとても気に入ってくれています。  
彼女や奥さんのためにはとても良いプレゼントになると思いますよ！

評価: ★★★★★ HN:すうちゃん さん [兵庫県]

もう～気持ち良くて手放せません！毎日、お風呂上がりにナノケアして、  
化粧水などお手入れすると、吸収率がグングン上がって、  
翌日までお肌がしっとり、もちっとします♪  
高い化粧品使うより、ナノケアの方が安上がりで効果が目に見えてわかります。  
超おすすめです！！  
次はナショナルのスチームホットスパが気になってます。

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 3 お客様

Murauchi.com

### 成功事例→スピード対応

#### 【成功例と独特の風習】

営業責任者が最前線で顧客対応

※誰でもお問い合わせに答える社風  
責任者、仕入担当者が接客、的確な対応が  
販売に結びつき、責任者の感度を磨く。  
優先順位、得意分野などで対応順序を選別  
→売り上げ増

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 3 お客様

Murauchi.com

### スピード対応の具体的流れ

- お問い合わせの中で“購入見込み客”を選別  
※背中を押されたがっている方の見極め
- 社内でもっともその商品やサービスに  
詳しい社員さんに口頭質問
- 行間を読んで、わかりやすい文章で  
回答または商品提案

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.



### 3 お客様

Murauchi.com

#### 失敗事例→ 原体験(忘れられない出来事)

##### 【失敗例とそれに対する対処】

2001.12 メール問い合わせなどが**パンク**

※信頼を大きく失う事態、掲示板は悪評の嵐...



商品届かず、電話つながらず  
緊急でスタッフを総動員し対処  
サービスとは空気や水のようなもの

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

### 3 お客様

Murauchi.com

#### メール接客（信用・信頼感）

##### ネット通販でのお客様との最大の接点

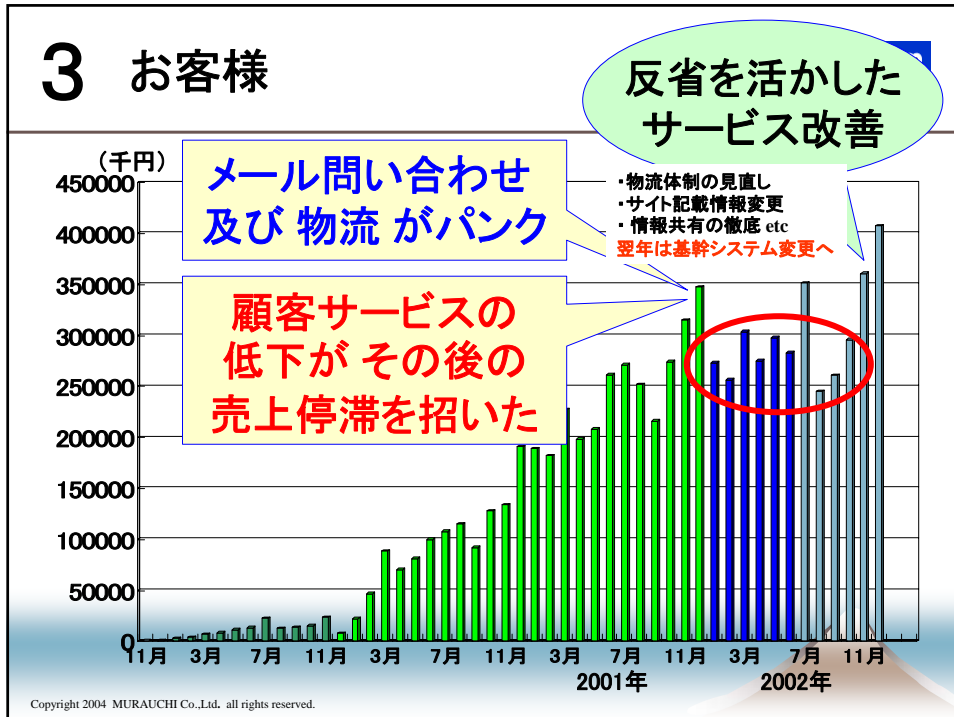
##### □当社ネット通販の強み

売場で実績があり、行間が読める  
優秀な専門スタッフが接客。様々な  
お問い合わせに迅速、丁寧、正確に対応。



Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

### 3 お客様



### 4 サービス

Murauchi.com

#### 有形サービスは商品 etc

- 有形の商品は日本全国どの店も同じ  
(お客様は有形では店を選択しない、  
さまざまな無形サービスの体験がブランドや  
ストアロイヤリティの形成につながる)

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 4 サービス

Murauchi.com

### 無形サービスは

### 仕組み、接客、商品知識、気持ちよさ etc

- 必需品のため、顧客モデル化や属性把握が困難
  - ※サービスの基本は目の前の顧客に個別対応
  - ※個別対応状況は Webや基幹システムで共有
- IT活用により、情報共有を行いミスを極小化する仕組みを実践。例)購入後の顧客要望追加など

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 4 サービス

Murauchi.com

- 品揃え強化によるサービス
  - ※メール、電話のみならず
  - 検索結果など ITに蓄積されたデータを活用
- 価格強化によるサービス
  - ※コンバージョンレートによる価格調整
  - ページビューあたりの購入者数などのデータで
  - 単品ごとの商品価格をチェック
- 売筋予測強化によるサービス
  - ※ウィッシュリスト(これから買いたい商品)の
  - データで近い将来の予測や販売促進策

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 5 結び 1

Murauchi.com

### 結び : お客様と私たちとの触れ合い、 それがサービスサイエンス

- **こころ** : 「わたしを大切にしてほしい...」  
この切実な要望にこたえる人や会社、  
システムが例外なく栄える。  
商品販売だけでなく、おもてなしの心、  
お客様を思う気持ちが価値を生み出す。

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

## 5 結び 2

Murauchi.com

### 結び : ITに支えられた仕組み、 それがサービスサイエンス

- **仕組み** : 「分け隔てなく、そしてムラなく  
わたしを大切にしてほしい...」  
お客様のこころを満たす  
科学的なアプローチがある、  
そして、人間が不得手な部分を  
カバーする仕組みが価値を生み出す。

Copyright 2006 murauchi.com corporation all rights reserved.

「サービスの実践からサイエンスへ」

**ご静聴 ありがとうございます**



まだまだ 未熟な会社でございますし、  
私たち自身 日々挫折や失敗の連続でございます。  
ご指導・ご鞭撻の程よろしくお願い申し上げます。