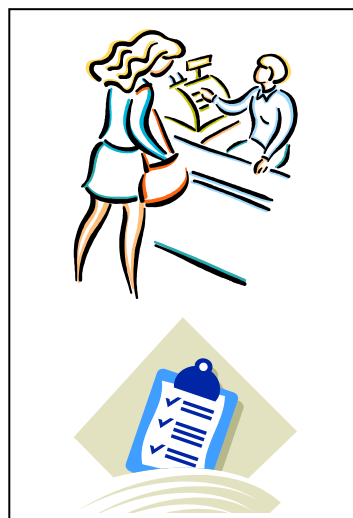


競合店調査の事前準備

～ チェックリストの作成が調査の成果を左右する ～

競合店調査をはじめの前には、調査目的の確認と調査手法の確認が必要です。通常、調査は複数人数で実施しますが、その確認をおろそかにすると調査結果はバラバラのものとなり、次のアクションプランにつなげることが難しくなります。そのため、調査担当者たちは事前準備として、具体的なチェックリストを作成するという作業が必要となります。

チェックリストの作成は、「何を知りたいのか」「具体的な調査項目は何か」「各調査項目の評価方法は定数評価か、定性評価か」などを決定しながら進めます。



【接客調査でのチェックリストの例（婦人服衣料店を想定）】

調査項目	採点
1. 笑顔の接客はできているか	5・4・3・2・1
2. 「いらっしゃいませ」と明るい声で迎えているか	5・4・3・2・1
3. 明るく元気があるか	5・4・3・2・1
4. 服装は清潔か(イメージはいいか)	5・4・3・2・1
5. 質問に答えているか	5・4・3・2・1
6. 「ありがとうございます」はいえているか	5・4・3・2・1
7. 接客時の言葉使いは適切か	5・4・3・2・1
8. 嫌みのない接客か	5・4・3・2・1
9. しつこい接客はしていないか	5・4・3・2・1
10. 購入後のアフターフォローをしているか	5・4・3・2・1
11. おすすめ商品の打ち出し方は自然か	5・4・3・2・1

(採点 5=非常に良い、3=普通、1=非常に悪い)