1. 当社のことをどこで知ったか

FB広告

2.問い合わせ前にどんなことにお悩みでしたか？その悩みはいつから続いていましたか？

集客が安定しない。ウェブは微増、オフライン（チラシ）が安定しない。３倍くらい（３８０００分の１がMIN）MAX７０００分の１　契約率も現在48％、昨年50~55％、一昨年60％弱

3.なぜ、同じようなサービスを提供する他社があるにも関わらず、当社を選んで頂けたのでしょうか？（抽象的な答えは深ぼる）

例) この質問により、自社の強みや差別化要因を知ることができる。

対局の考え方。集客が上手く行っていなかったので考え方を変える必要があると思っていた。

最初は興味でしたが徐々にハマっていった。

4.「もし、他社にこんなサービスがあったらそっちも選んだかもしれない」そんな要素があるとしたら、それは何ですか？

相見積をとった他社に、こんなサービスがあったら…と聞く。  
真のライバルを探し出し、弱みや改善点を見つける。ポジショニングするべき相手も見つかる。

ウェブについて斬新な考え方の人がいて、人柄が良ければ魅力を感じたかも。

5‥当社のサービスを受けて、一番満足した点は何でしたか？逆に最も不満だった点も教えてください。

目的は3と同じ。不満な点は改善もしくはコピーでカバーする。

6・今回、当社を選ばれた最後の決め手は何でしたか？

目的：最後の決め手となった要素を高みに引き上げ、再現性を高くすると会社の強みとなる。

期待感。話した時に決定した。

7.当社を選ぼうと思われてから、契約するまでに何か躊躇することはありましたか？

⇒取り除くことができるのであれば、即実行する。できなければコピーライティングでカバーする。

8.当社が提示した価格についてどう感じましたか？高いと感じましたか？安いと感じましたか？（いずれにせよ）何と比べてそう感じたのでしょうか？

ここで出てくる答えは営業のクロージングや、コピーライティングの売り込みのフェイズで使える。

9‥今回のサービスは最大でいくらなら契約する価値があったと感じますか？

大量に母数を集めることで、最も利益がでる粗利設定がわかる。「価格以上のサービスを提供していきたいので」と前置きすると答えてくれやすい。

10‥開始されてから、一番の変化、良かったことは何でしょう？また特に気に入っている点を3つ教えてください。

文章内のブレットやサブキャッチ、キャッチコピーなどで使えそうな“売れる要素”が収集できる

11.○○を購入しなかったら、今どうされていると思いますか？

新規客へ訴求する方法を探る。ここで出た言葉を「ある方は、このように話していました」と文章内に入れると効果的な訴求ができる。

12.仮にご友人に紹介いただけるとしたら、何と言って紹介されますか？

アフィリエイトなどを使う場合は、紹介を誘発する文章を作成することができる。

13.‥こういう事があったら、もっとファンになるという点はありますか？

「改善点」と言うとあら捜しになるのでNG。

ここで出た答えを実施できると、リピート率アップや新規集客に効果を発揮できる。