

店舗・小売 | スタッフの接客知見を 来店前コンテンツに変える

— 店頭で答えている疑問を、来店前にも役立つ動画へ整理する。

接客で繰り返す質問から、企画を見つける。

企画の入口

- 初めての人が迷うこと
- 商品を選ぶときの違い
- 来店前に準備するとよいこと
- 購入後によく聞かれる使い方

スタッフの説明を集め、一つの疑問へ一本で答えます。

毎日の説明の中から、**役立つ企画**を育てましょう。

来店前の不安を、具体的な案内へ変える。

企画候補

- 店舗への入り方と受付
- 予約が必要なサービス
- 相談するときに分かったよい情報
- 店内で試せること

現在の営業条件を確認し、店舗や日時で異なる点を添えます。

来店前に分かる情報が、安心して訪れる助けになります。

接客の言葉を、そのまま台本材料にする。

聞き取る問い

- お客様は最初に何を聞きますか
- 説明すると安心されることは何ですか
- 選び間違いを防ぐ確認点がありますか
- どこから個別の相談になりますか

実際の顧客の個人情報を使わず、よくある疑問として整理します。

接客の知恵を、**伝わる台本へ**整理しましょう。

商品の違いは、選ぶ条件から説明する。

台本の型

- 使う場面
- 選ぶときの確認点
- 仕様や特徴の違い
- 店頭で相談できること

高い商品を勧めるだけでなく、その人に合う選び方を伝えます。

選ぶ理由が分かると、**店頭での相談**もしやすくなります。

制作実務と育成実務を、 同じ流れで教えられる。

ショート動画屋さんは、広告、SNS運用、通販、営業、採用など目的の異なる動画を
200社以上・3,000本以上制作してきました。

ディレクター・構成・撮影・編集を分け、複数人で速く品質を揃える制作フローを運用しています。

制作フロー（役割を分けて、速く品質を揃える）

ディレクター

目的・ターゲット・
企画の方向性を
決める

構成

台本・構成案を
作成する

撮影

構成に基づき
撮影する

編集

カット・テロップ・
BGMなどを整え
仕上げる

内製化支援での引き継ぎ

実際に制作へ携わる担当者が、
この流れを企業の人員・目的・
頻度に合わせて移します。

実際の流れをそのまま社内で再現し、**制作を続けられる体制**をつくりましょう。

営業時間や在庫は、情報の時点を示す。

確認する情報

- 店舗名と営業日
- サービスの受付条件
- 紹介商品の取扱い状況
- 価格・キャンペーンの期間

変わりやすい情報は正式な案内先へつなぎ、終了した動画も見直します。

最新の案内につなげて、来店前の迷いを減らしましょう。

撮影は、接客の邪魔にならない時間に。

段取りの提案

- 接客が落ち着く時間を選ぶ
- 短い説明をまとめて収録
- 売場や動線をふさがない
- 業務が忙しくなったら中止する

撮影に使える時間を先に決め、無理のない本数で始めます。

接客を大切にしながら、**続けられる制作**を始めましょう。

お客様と店舗情報の映り込みを防ぐ。

点検するもの

- 背景のお客様や通行人
- 会計画面や伝票
- 予約表や連絡先
- 会話の音声
- バックヤードの非公開情報

撮影場所を選び、必要な許可を確認してから素材を使います。

撮影前の工夫で、安心して公開できる素材を残しましょう。

スタッフ全員に、出演を求めなくてもよい。

分担の例

接客担当

よくある質問を出す

説明担当

台本を確認して話す

撮影担当

素材をそろえる

店長

営業条件と公開可否を確認

声・手元・商品中心など、無理なく協力できる形も用意します。

それぞれの得意を活かして、無理なく協力しましょう。

実演と字幕で、説明の意味をそろえる。

編集の確認

- 見せている商品と説明が一致するか
- 使い方の条件を省いていないか
- 字幕が読みやすいか
- 価格や期間の表記が正しいか

公開前に接客担当が確認し、店頭のご案内と食い違いをなくします。

店頭と同じ説明を、動画でも丁寧届けましょう。

動画から、来店に必要な案内へつなぐ。

導線の確認

- 店舗の場所と営業時間
- 予約や問い合わせ方法
- 対象店舗と取扱い条件
- 来店前に確認してほしい事項

スマートフォンで実際にたどり、迷う箇所を修正します。

見る人の順番で、**来店までの案内**を確かめましょう。

来店数だけでなく、接客に役立つかを見る。

振り返る項目

- 案内ページへの遷移
- 来店前の問い合わせ内容
- 店頭で繰り返す説明の変化
- お客様の認識との違い
- 撮影と接客の負担

天候・立地・販促など他の要因も含めて判断します。

接客の声を活かして、次の説明を良くしていきましょう。

よくある**選ぶ**方の質問を、一本で試す。

モデルケース

- スタッフが質問を一つ選ぶ
- 商品の違いを同じ条件で撮影
- 店長が仕様と営業条件を確認
- 来店前の案内へつなぎ、反応を記録

これは企画例であり、来店や売上の保証ではありません。

一つの質問から、**選びやすい情報**を増やしましょう。

説明が役立ったら、接客にも戻して使う。

改善の流れ

- 質問を集める
- 動画で説明を試す
- 店頭とオンラインの反応を確認
- 台本と接客の案内を更新

使えた説明を共有し、担当者が変わっても引き継げる形にします。

使える説明を共有して、**店舗の知恵**を積み重ねましょう。

スタッフの知恵を、来店前の安心につなげる。

今日決める5つ

- よく聞かれる疑問
- 最初に紹介する商品やサービス
- 撮影時間と役割
- 営業条件と公開の確認者
- 案内先と見直し日

ショート動画屋さんの内製化支援では、貴社に合う役割・手順・改善方法を一緒に設計します。

自社の内製範囲を相談する