

# ホームインスペクターのための マーケティング講座



## 第8回 ホームインスペクターのブランディング3 自社の魅力をリサーチする



マーケティング  
アドバイザー  
三原 広聡

第5回(Vol.26)から始めたブランディングの話も今回で最後。  
自社のブランディングに役立つお客様アンケートをご紹介します。

### 自社の魅力が一番よく知っているのはお客様

ここまで、3回にわたってブランディングのお話をしてきましたが、自社の魅力がどこにあるのか解らないという方も少なくありません。第2回(Vol.23)でお伝えしたように、続いている会社には必ず固有の魅力があり、それを理解しているのは「一度サービスを体験したお客様」です。ホームインスペクションのように、人生で一度しか体験しないサービスこそ、お客様の声に耳を傾ける価値が大きいと言えるでしょう。

### 役立つお客様アンケートの秘訣は「いい事だけを聞く」

さて、お客様の声を頂くとしてまず頭に浮かぶのはアンケートです。ファミリーレストランから美容室、果ては自動車の販売まで世の中にはたくさんのアンケートが存在していますが、アンケートで一番大切な事、それは目的をはっきりさせることです。目的が明確なアンケートは記入する際もお客様の負担が少ないものです。

では、何がアンケートの目的なのでしょう？ここでは、ホームインスペクターの皆さんのブランディングのためであり、対外的には「今現在とこの先のお客様の満足度を高めるため」ということになります。

さて、満足度を高めるためのアンケートですからネガティブな事は聞いてはいけません。巷では、5段階の回答枝が並ぶアンケートや、改善点を問うアンケートが出回っていますが、そんなことを聞かれてもお客様は少しも嬉しくありませんし、なによりここで苦言や低評価が並ぶとこちらがへこんでしまいます。実際、マイナスの評価が並ぶとアンケートを続ける意欲も無くなってしまいます。

### JSHI非公認 お客様アンケート

右ページに示したのは、お客様にホメていただき、その解答を自社のブランド作りに生かすためのアンケートです。今回のインスペクションでどのようにお客様のお役に立てたのかをお聞きするものであり、記入も2～3分で済むので負担もありません。レポートをお渡しするときに一緒にお渡しすると良いでしょう。

右のアンケートの設問で得られる情報とその活用法について説明します。

- ①弊社に発注するまでどんなことに悩んでいましたか？  
→インスペクションを希望する方の基本的なニーズを集め、明文化できます。
- ②弊社のことを何で知りましたか？  
→データが集まることで宣伝に有効な媒体を想定できます。
- ③弊社をお知りになってすぐにご連絡いただけましたか？  
→連絡や依頼の障害になっている要因を知ることができます。
- ④弊社をお選びいただいた決め手はなんですか？  
→この回答に会社の独自の魅力が詰まっています。HPや広告にも活用できます。
- ⑤弊社にご発注になられて結果はいかがでしたか？  
→お客様の具体的なご満足ポイントや業務の改善点を知ることができます。

いかがですか？一度右ページを出力してお客様に記入していただいでみてください。回収枚数が増えるほど皆さんの会社の魅力がはっきりしてくることでしょう。ここで得た情報を元に、ホームページやSNS、広告で発信することも可能です。

最後に、重要な情報を頂くのですから、アンケートを提出して下さったお客様には必ず御礼(インセンティブの提供)をしてください。ボールペン一本、ティッシュ1箱でもうれしいものですよ。

# お客様アンケート

この度は弊社にホームインスペクションをご用命いただき、ありがとうございます。  
今後の業務改善のため簡単なアンケートにお答えくださいませ。アンケートにご協力くださったお客様にはささやかなプレゼントをご用意しております。

①弊社にご用命くださるまで、どんなことにお悩みでしたか？

---

---

---

②弊社のことを何で(どこで)お知りになりましたか？

---

---

---

③弊社をお知りになって、すぐにご連絡いただけましたか？

---

---

---

④弊社にご用命くださった理由をお教えてください

---

---

---

⑤弊社にインスペクションを依頼されて、結果はいかがでしたか？

---

---

---

**質問は以上です。ご協力ありがとうございました。**

※本アンケートで収集した情報は、弊社の業務改善及び広告宣伝活動に限って利用させていただきます。  
また、個人情報は法令に基づき厳重に管理しております。