

## 第2章 戦略ストーリーの全体像

「戦略ストーリー」に必要な3つの要素は以下の3つです。

- ・ コアファンはどんな人か
- ・ 他社にない独自の強み
- ・ 効果的なキャッチコピー

それでは順に見ていきましょう。

### ◎コアファンはどんな人か？

商品やサービスの価値を絞り込んで、お客様を絞り込みます。決して全  
てのお客様をターゲットにはいけません。

例えば、苦いコーヒー豆を販売している通販の場合、「コーヒー 通販」というキーワードではなく、「苦い コーヒー 通販」という商品の価値を活かし、価値にマッチしたお客様に絞り込むことが大切です。

特定の1人に伝える気持ちで発信すると、「私のことだ」と自分ごととして受け取ってくれて、共感や賛同を生むのです。

それでは、貴社の商品やサービスの特徴にマッチしたコアファンを分析してみます。

## 貴社のWebサイトを分析！

エコストーリー様の場合、「地区名 出張買取」「地区名 買取 家具」「地区名 買取 家電」などで検索するユーザーがターゲットとなるかと思いますが、さらに価値にマッチしたお客様に絞りこむことが大切です。

貴社の強みは、「幅広い商品を臨機応変に買い取ってくれる」ところだと思います。

なので、ターゲットは、「大田区・品川区に住む、個別に売りに行くのが面倒」なお客様であると想定できます。また、当たり前ですが、「少しでも高く売りたい」と考えているでしょう。

**家の中のものをまとめて、面倒な手間をかけず、少しでも高く売りたい、大田区・品川区に住む人**

…というのがコアファンになると想定できます。

そのあたりを、強みの部分にも落とし込んでいきたいと思えます。

## ◎他社にない独自の強み

他社にない独自の強みを説明しないと、お客様は来店してくれません。他社にない独自の強みを炙り出すには、以下の2点を「コアファン」の目線で考えることがポイントとなります。

- ・他社にない価値を付け加える（差別的優位点）
- ・「自社が何をしたいか」ではなく「競合が何をさせてくれるか」

他社にない価値を付け加えるためには、先ほどのコーヒー豆の通販で考えますと、「苦い コーヒー 通販」のコアファンの気持ちになって考えてみます。一人暮らしかもしれませんが、家族がいる場合も苦いコーヒーはその人しか飲まないかもしれません。ならば、「一人で飲むのに個包装がいい」と考えると想定できます。

### 「苦い コーヒー 通販」 + 個包装

これで他社にない価値をつけることができ、この店の強みを炙り出すことができました。「苦い コーヒー 通販」ならば競合がたくさんいますが、そこに「個包装」を加えることで、自社にしかない強みである「差別的優位点」を加えたのです。

また、「自社が何をしたいか」ではなく「競合が何をさせてくれるか」を考えることもポイントです。具体的には、「苦い コーヒー 通販」と検索して上位10に上がるWebサイトを分析します。競合の売りは何かを調べるのです。豆の種類が多いのを売りしているところや、高品質を強みにしているところ、コーヒーマイスターが厳選、ギフトにおすすめ

…などなど、独自の強みを調べます。そこで競合が何をさせてくれるのかを考えてください。「個包装で販売しているところってないよね」というように、「競合がやっていない」ところに目をつけると、新たな価値が見えてきます。

さらに、炙り出した強みを軸に「技術」「実績」「想い」の3つをストーリー仕立てにしてWebサイトのトップページを構成すると、ユーザーの信頼を得ることができるんです。

- ・ 技術…現在どのような技術を持っているか
- ・ 実績…過去に何をやってきたか、何を成し遂げたか
- ・ 想い…どのような気持ちでやってきて、どのような将来（ビジョン）を考えているか

この時、お客様をワクワクさせるような感情表現を入れることも大切なんです。

以上を考慮して、他社にない独自の強みを炙り出し、どのようにして貴社のWebサイトに活かしていけばいいのかを分析・提案いたします。

## 貴社のWebサイトを分析！

エコストーリー様のサイトと、ヒアリングシートから、「強み」を炙り出し、「選ばれる理由」の内容を考えました。トップページにも3つほど掲載して、「選ばれる理由を見る」ボタンで誘導してください。

### ●当社のご利用が完全無料

お客様の品物の査定 完全無料！！

出張買取時の出張費 完全無料！！

自宅配買取時の送料 完全無料！！

### ●業界屈指の高額買取！

エコストーリーでは、多数の販売ルートを構築しているため、買取額を高く提示することができます。そして、コストを可能な限り削減しているため、その部分を還元することができます。全国を回って商品相場を熟知している経験豊富なバイヤーが、あらゆる品物の価値を一点一点、正しく見極めます。幅広いジャンルに対応しているため、まとめて査定アップも可能です。

### ●査定力に自信があります！

当社の代表は、リユース企業で働いていた経験もあり、全国を駆け回って多数の品物の査定をした実績があります。「リユース営業士」の資格も取得していて、専門知識に長けており、相場以上で売れる商品の価値を正しく査定いたします。また、海外にも販売先があることから、それぞれの国で需要のあるアイテム・ブランドを常にリサーチしております。

### ●幅広い買取ジャンル！

お客様からお声を頂くのは、ご依頼した商品以外のものまで売れるので「こんなものまで買い取ってくれるの？」と大変喜ばれます。商品ごとの買取専門店が多数存在しますが、個別に行くのは何かと面倒なもの。しかし、当社では幅広い買取ジャンルの査定に対応しており、他社が買取りしないようなお品物も買取可能な場合もあります。一度、買取アイテムをご覧ください。

### ●他社で買取NGのお品も査定！

業界屈指の幅広い買取品目数を誇るエコストーリーでは、他社で買い取ってくれなかった商品の査定もOK。事前にお客様か

ら依頼を受けていないお品物でも、現場で多数出てくるときは、臨機応変にきちんと丁寧に査定をさせていただきます。長年の経験と専門知識で、お客様の納得いただく回答をさせていただきます。

### ●選べる買取方法で日本全国対応！

査定方法では、お電話・無料LINE査定・無料WEB査定、買取方法では、宅配買取・出張買取をお選びいただけます。また、宅配買取では日本全国を対象としているので、遠方のお客様もお気軽にお申し込みください。

### ●責任感を持って安心・丁寧・真心で！

エコストーリーでは、お客様の大切なお品物を扱う際は、細心の注意を払い、丁寧な作業を心がけています。また、買取したお品物については、次に必要とする方々へお届けしてリユースをするという強い責任感を持って仕事をしております。常に真心と責任感を持って、丁寧にご対応させていただきますので、安心してご利用ください。

-----  
…これらの強みを軸にしてWebサイトを構成することで、自社サイトから“お問い合わせする価値”が生まれるのです。

## ◎効果的なキャッチコピー

すべてはキャッチコピーで決まると言っても過言ではありません。お客様はまず「自分に関係あるサイトなのか」を見ます。その上で「自分にとってメリットがあるのか」を探します。

優れたキャッチコピーの条件として…

- ・ターゲットを絞り、自分ごとと思わせる
- ・価値を明らかにする
- ・数字を使うなど具体的な実績を表現する

例えばサロンの場合…

- ・これまでのサロンで満足できない方、最高のリフレッシュを手に入れたい方へ
- ・10年間で12,000人、80%の方にリピートして頂いた実績！

…というように、ターゲットと強み、具体的な実績を意識することで、ターゲット層が興味を持つようなキャッチコピーになってくるのです。大切なのはお客様に「自分ごとと思わせる」ことなんです。

それでは貴社のホームページに最適なキャッチコピーを、分析・提案いたします。

## 貴社のWebサイトを分析！

現在のサイトのトップページにあるトップスライダー部分のキャッチコピーは、あまりに当たり前すぎて、お客様はメリットを感じてくれません。

ホームページは開いて2秒が勝負です。ファーストビューで全てが決まるといっても過言ではありません。例えば…

- 幅広いジャンルに対応！お家のもの なんでもまとめて出張買取！
- 査定 出張費 送料 完全無料！お電話一本！どんなものでも査定します！
- 「こんなに高く売れるの？」商品の正しい価値を見極めます！

…など、インパクトのあるキャッチフレーズでトップスライダーを構成することで、サイトからの離脱率は下がります。

上記のようなフレーズだと、「個別に売りに行くのが面倒なので、手間をかけず、少しでも高く買い取ってほしい」お客様の心に刺さり、「自分ごと」と思ってくれるでしょう。