



ダイヤモンドヘッドの抜群のサポート力に迫る!

ダイヤモンドヘッドは、ファッション業界にECが導入された初期の頃から、多くの有名ブランドのECサイト運用をサポートしてきた。サポート力の肝になるのは人材。顧客へのコンサルティングからサイト構築、クリエイティブ・集客やシステム部門まで、社員が密に連携しあうチーム作りを心掛けており、風通しはとても良い。そこで今回、5人の担当者に登場ねがい、各々の役割を聞く機会を得た。外部からはなかなかわかりにくい、ECを運営するうえで把握しておくべき“現場の声”に、耳を傾けてみよう。

CONSULTING コンサルティング X PHOTOGRAPHY フォトグラフィー X OPTIMIZATION オプティマイゼーション

サービスの質をより高めていくステージ

ダイヤモンドヘッドの柴田幸一代表取締役は、「創業から8年間、やっていることの本質はずっと変わっていません。今は提供するサービスの質をより高めていくフェーズと捉えています。クライアントであるブランドが求める売り場構成の提案、タイムリーな広告出稿やキャンペーン実施、実店舗も含めた在庫連携やシステ

ムのあり方から、受注・集客からロジスティクスまで、質の高いソリューションをご提供できるよう日々改善を行っています」と話す。

オンリーワンといわれるサポート体制へ

「ECは導線設計や、写真のクオリティによってコンバージョンは大きく変わってきます。PC・スマホ・タブレットのユーザーインターフェイスもレスポンスブルデ

ザインに規格を揃えることで業務の効率化が図れたりもする。集客もリスティングやアフィリエイトなどを自社で内製化したことで、スピーディな対応が可能になりました。こうしたノウハウの積み上げを部署間でしっかり情報共有し、チーム一体となったサポート体制で顧客満足度を高めていきたい。クライアントときちんと向きあえる、ナンバーワンよりオンリーワンといわれるサービスの提供を目指していきます」と柴田代表取締役。



プロモーション PROMOTION

ニックネーム：ちゃんもり
行動指針：タイムリーな分析とスピーディな改善です。依頼を受けてからのアクションではなく、先まわりの提案力と戦略的なPDCAサイクルをわかりやすく説明&実施できるように心掛けています。

Q.1 集客で大事なことは?
サイトにお客さまをお連れするのが、私の使命です。集客にはリスティング・アフィリエイト・SEOなどのアプローチがありますが、弊社では昨年4月から社内に販促の専門チームができたため、スピーディできめ細かい対応ができるようになりました。限られた予算内ではメリハリをつけて広告を打つことや日々のチューニング(改善)が非常に大切です。

Q.2 御社の強みは?
グーグルとヤフー!の広告データ(API)とタイムリーに連携できるシステムを開発しており、弊社の在庫や商品データシステムと連携して、よりタイムリーな広告出稿や調整が可能となり、費用対効果の高い施策を打つことができると自負しています!

ディレクション DIRECTION

ニックネーム：エミ姉
行動指針：会社を代表しているという心構えを持ってクライアントと向き合っています。共通の目標を持ってサイトを運営するために、クライアントが大切にしていることをよく理解することに努めています。

Q.1 役割は?
担当者として、各ブランドの窓口をしています。日々の業務フローから売り上げまで見ているが、クライアントと一緒に売り上げを向上させるのが私の役目。なので、クライアントとはヒアリングを重ね、課題を洗い出し、改善策について話し合っています。必要があれば、デザイン担当を連れて行き一緒にサイトのクリエイティブについて打ち合わせすることもありますね。会社によって規模感や方針はさまざまですから、クライアントのあししたい、こうしたことを聞き漏らすことがないように心掛けています。

Q.2 クライアントからはどんな相談が多い?
在庫があればもっと売れたはずなのに、なかったために起きてしまう売り逃しが多いですね。もったいないので、なんとかしたいです。機会ロスを数値化し、把握することで在庫を見直したところ、改善することができた例もありました。どれだけ改善していきけるか、お客さまと一緒にこれからも頭を悩ませ続けていきます(笑)。

デザイン DESIGN

ニックネーム：ホソミン
行動指針：前例がないことでもどんなにチャレンジしていくこと!常に新しいものにアンテナを張って、良い意味で相手の期待を裏切るような100%以上の成果が出せる仕事の仕方を目指しています。

Q.1 ECサイトのデザイン担当として、気を使っていることは?
売り上げにつなげるためのページ作りですね。海外サイトのほうが見映えの良い印象を受けますが、使い勝手では日本のサイトのほうが優れている。それぞれの長所を生かしながらブランドらしさを上手に押し出すようにしています。あとは迷わせないサイト作り。買い物かごの画面にあなたにオススメの商品を表示させたりするなど、買い足しの促進も考えます。

Q.2 デザイン面でのトレンドは?
PC・スマホ・タブレットの3つを揃えるレスポンスブルな構成にすること。操作性が高くなり、データ管理もしやすくなるので、リソースをほかに使えるようになります。デバイスが多様化する中で有効な最適化と言えますね。

システム SYSTEM

ニックネーム：ワダちゃん
行動指針：“お客さま絶対主義”を念頭に仕事をしています。クライアントの要望の背景には、常にその先にお客さまがいるということを意識しながら、お客さま(クライアントとエンドユーザー)にとって、最適&最適な選択になるように心掛けています。

Q.1 システム面の運用担当者の仕事は?
ダイヤモンドヘッドの役割は、クライアントとエンドユーザーをつなぐパイプ役だと考えています。ECに必要なシステム面のインフラを整備&強化しながら、在庫連携やECと実店舗のポイント&顧客統合など、戦略提案をしたりもします。ECサイトをクライアントから預かり、ただ単に運用をする、という考えだけでは足りないと思いますので、どのようにブランドの特性を生かして、一緒に売り上げを上げていけるかを常に念頭においています。

Q.2 では、どんな付加価値をつける?
これまではECがメイン業務でしたが、今後はECサイトを活用して、エンドユーザーとのコミュニケーションをどのように円滑に図っていくかが大切になってくると思います。同じ買い物をするので、より気持ちよく、より快適に。ホスピタリティ(おもてなし)を備えた仕組みを作っていき、ECサイトを通して“つながり”を構築していきたいですね。

オペレーション OPERATION

ニックネーム：ハル
行動指針：クライアントが求める世界観やテイストをしっかりと表現すること。同年代のファッションが大好きなスタッフばかりの環境なので、同じ目標を持って仕事ができていると思っています。

Q.1 スタジオからのたたき上げ?
はい(笑)。スタジオ出身です。弊社はスタジオを白金や南砂町、ほか都内近郊にいくつも持っているのもモデルやクライアントもスタジオに来やすくてなにかと便利なんです。撮影から販売開始までと品質管理を担当しています。

Q.2 写真のクオリティは売り上げを左右する?
ECでは接客ツールが写真だけ、といっても過言ではありません。PCやスマホで見ると色味と実際の色味が違ったとか、イメージと異なるなどの返品なんてケースを少しでも減らすよう努力しています。ブランドの世界観をしっかりと伝えられるよう、魅力的な写真の撮り方・テイストをクライアントに提案して、綿密に相談しながら撮影をするようにしています。