見込み顧客インタビューの効果を高める  
26のチェックリスト

〜ビザスク活用編〜

本チェックリストでは、インタビューにてビザスクliteの公募機能を活用することを前提に説明します。ビザスクliteではインタビュイーをアドバイザーと呼んでいます。

インタビューに取り組む前に実施すること

## 目的と課題の確認

* インタビュー後に取りたいアクション（目的）は明確か
* インタビューを通じて明らかにしたいこと（課題）は明確か

## 方法の確認

* インタビューの方法はデプスインタビューで良いか
* アンケートなど、その他の調査方法を取る必要はないか

## インタビュー対象の確認

* インタビュー対象の顧客セグメントを何分類にすべきか決まっているか
* 顧客セグメントごとにアドバイザーを何名集めるべきか決まっているか

アドバイザー募集要項の準備

## 募集タイトルの作成

* 募集タイトルは具体的かつ簡潔に書いているか
  + NG例：マーケティング関連の外部発注をした方へ
  + OK例：企業規模〇名以上×〇業界で広告運用の外部発注をした方に話を聞きたい  
    ※ただし、具体的に書き過ぎると応募が集まりにくい点は注意する

## 依頼背景の整理

* インタビューの目的や課題を具体的に記載しているか
  + NG例：マーケティング関連業務の外部発注ニーズを把握したいと考えています。
  + OK例：新規事業の1つとして、BtoBマーケティング業務の代行サービスを検討しています。想定ターゲットとしては、従業員数3,000名以上 × IT業界のBtoB企業でして、当該企業におけるマーケティング関連業務の外部発注ニーズを把握したいと考えています。

## アドバイザー要件の整理

* アドバイザーに求める経歴や経験を具体的に記載しているか
  + NG例：マーケティング予算の決裁権限を持っている方
  + OK例：従業員数〇名以上の企業で、年間〇円以上のマーケティング予算の決裁権限を持っている、または持っていた方（過去3年以内）

## インタビュー時の質問の事前提示

* 実際に質問する内容を3つ以上、具体的に記載しているか
  + 例1：マーケティング予算取りのプロセス（社内でどのように予算を獲得したか）
  + 例2：マーケティング予算の配分（獲得した予算を、何にいくら利用したか）
  + 例3：広告代理店など、取引のある（もしくは過去あった）企業への発注理由  
    ※ビザスクでは企業秘密に関わる情報をヒアリングすることはできません

## アドバイザー候補からの提案時に記載してほしいことの整理

* 適切なインタビュー対象かを判断できる、具体的な見極め項目を記載しているか
  + 例1：案件に該当する経歴（会社・部署・役職・期間など）
  + 例2：具体的な外部発注の経験（おおよその発注回数、発注金額など）について
  + 例3：プロモーションを担当されている/されていた商材の概要。特に売上や顧客社数、1顧客あたり売上規模（〇円程度）の概算など

## 依頼主情報の公開

* インタビュアーはどこで何をしている人かを説明（会社紹介や自己紹介）しているか
* （エンドクライアントがいる場合）自社のクライアントの説明をしているか
  + 自社の説明に加えて、自社のクライアントの業界や規模などを伝えると、アドバイザーは安心して手を挙げられるので提案が増えやすい

インタビューシートの作成

## 質問項目の整理

* 全体の話から個別の話になるように、インタビュー時の質問項目を整理しているか
  + 例：[見込み顧客インタビューシートのサンプル](https://fo-pro.s3.ap-northeast-1.amazonaws.com/files/5fc9dc3ab79aa8463ae0df23/Prospects-InterviewSheetSample.xlsx)

アドバイザー確定前の期待値調整

## 方法と環境の伝達

* インタビューの方法と環境について、事前に伝達をしているか
  + オンラインでインタビューを実施する際に起こりやすいトラブルは
    - 回線が不安で音声が聞き取れない
    - 喫茶店で話をしているので周辺の音がうるさい
    - スマートフォンでアクセスしていて、画面共有が上手くいかない
    - やり取りをしている本人以外の第3者が、インタビューに立ち会うことをアドバイザーが知らない　など
  + 安定したインターネット環境を指定する、個室などの静かな環境でインタビューを実施するなど、事前に依頼をしておく
  + やり取りをしている本人以外の第3者がインタビューに立ち会う場合には、同席者がいる（可能性がある）ことを事前に伝えておく
    - アドバイザー確定前の期待値調整用メールテンプレートは解説記事内（<https://sairu.co.jp/doernote/215>）に用意しております。

インタビュー時のコツ

## 冒頭：アドバイザーの安心感を醸成

* アドバイザーの匿名性を担保しているか
  + 名前や企業名などの情報は外部公表しないことを伝える
  + 録画や録音は前提としていないため、実施したい場合は事前にアドバイザーの了承を得る
  + 得られた場合も社内だけなど限られた範囲での共有であることを伝える

終了時間の確認をしているか

* + 「インタビュー終了時刻は〇〇時〇〇分でよろしかったでしょうか。この直後に予定はありませんか」と尋ねる

インタビュアーの自己紹介と簡単な調査趣旨を説明しているか

* + 調査趣旨は簡単に「今日は〇〇について伺いたく、お時間を頂きました」と一言で伝える程度に留める
  + 調査趣旨を具体的に伝えすぎると、アドバイザーはコンサルティングモード（相手に何かを教えないといけない）となり、本音やリアルな行動を収集しにくくなる

アドバイザーの懸念を払拭しているか

* + 「インタビュー実施前に、何か気になることはありますか」と尋ねる

途中：自然なインタビュー情報を収集

* 場をあたためるために、話しやすい質問からはじめているか
  + 例：事前にプロフィールにも記載いただいていますが、普段どんなお仕事をされているかを簡単に説明いただけますか？

1回の質問にて、1つのことだけ聞いているか

* + 「One Question、One Message（ワンクエスチョン、ワンメッセージ）」が原則
  + NG例：今の業務で活用されているツールの良い点と悪い点、どのような改善点があるかをお聞かせいただけますでしょうか？
  + OK例：今の業務で活用されているツールの良い点をお聞かせいただけますでしょうか？（アドバイザーの回答終了後に）ありがとうございます。今度は悪い点をお聞かせいただけますでしょうか？（以下略）

質問時には「なぜ？」ではなく「誰が、いつ、どこで、何を」と尋ねているか

* + 「なぜ？」と尋ねられた相手は、正確な回答を伝えようと教条的になったり、一般論を交えたりする傾向がある
  + 「なぜ？」を問う質問は、相手の判断基準を問う質問である
    - しかし、判断基準を言語化することは難易度が高い
    - また回答者によってバラつきが大きく、期待する回答を得られないことがある
  + 質問は「誰が？」「いつ？」「どこで？」「何を？」に言い換えた方が、回答しやすい
  + 相手の判断基準を知りたいときは「何と比べたか」を尋ねると、判断基準を推察しやすくなる

意見ではなく事実を伝えてもらえるように、場のディレクションをしているか

* + コンサルティング会社や代理店などに勤務するアドバイザーの方は「ここはこうした方がいい」といったコンサルティングがはじまる場合がある
  + インタビューでは意見ではなく行動を知ることがポイント
    - 「最近ダウンロードしたホワイトペーパーを教えてください」といった事実に基づいて回答する質問をすることで、コンサルティングモードを修正する
* 回答の誘導をしていないか
  + 無意識のうちに、インタビュアー側が求める結論に回答が寄ってしまう可能性がある
  + NG例：「そのときは発注を見送りました」などの被験者の発言に対しての「実績がなかったからですかね？」「料金が高すぎたからですかね？」などと回答を誘導しない。

正解を丸投げする質問をしていないか

* + 「どんな情報があれば良いと思いますか？」といったアドバイザーに改善案の正解を丸投げする質問は控える
    - ありきたりや思いつきの発言しか得られないことが多い
  + 「〇〇があったらどう思いますか？」といった仮説ありきの質問が良い

アドバイザーが回答しやすい質問の仕方に変えているか

* + 価格や比率など、具体的なデータは口外できない場合が多い
  + 相手が回答しやすい粒度で尋ねるなど、質問の仕方を変えると望ましい回答を得られることがある
  + NG例：サービスの金額を具体的に伺えますか？
  + OK例：サービスの金額は、①10万円以下、②11万円～49万円、③50万円以上、の3択だとすると、どこに当てはまりますか？