

《 顧客満足についての考察 》

佐藤知恭著『顧客満足ってなあに？』よりの抜粋と感想です。

危機感

- ・まず経営者が危機感を持たなければ、何事も始まらない。

逆ピラミッド

- ・お客様を最上位と考える。スタッフは社内顧客と位置付ける。
- ・こういう前提でCSを考えないと、発想が出て来ない。

モメント・オブ・トゥールズ (MOT)

- ・決定的瞬間、スパークの瞬間、行為のポイント単位
- ・「MOT」分析をスタッフレベルで解析し、そのポイントにおいて、どうすべきかを考え出していくミーティング手法を確立出来れば、スタッフの活性化の手法として使える。
- ・コンタクトパーソン (CP、お客様と直接接する現場の従業員) の質が最大の課題なので、ここにも「教育」というネタがある。

教育

- ・現場の全ての従業員が、自分の責任で立派に会社の代表の役割が果たせる様に教育する。
- ・採用、 システマティックな研修、 公平な人事、 自由にものが言える職場環境、 刺激 (インセンティブ)

ES

- ・ESは日本の造語。インターナルカスタマーと捉える方がベター。

スリーリング運動

- ・呼び出しベル3回以内に電話に出る。
- ・平均的に、50秒くらいお待たせするとイライラされるので、「少々お待ち下さい」と、途中で声を掛ける。

クロネコヤマトの神話

- ・スキーを運ぶトラックが大雪で目的地に着けなかった時の対策は、「クロネコは約束を守る」という信条を貫いた結果として、CSに取り組む姿勢が高く評価されている。
 - ・「延べ数万人の貸しスキーを現地調達で用意し、現地に着いたスキーをまたお客様の手元に送り返す。運送料金を返金する。延べ数千人の従業員が正月返上でこの処理にあたった。その間の出費は億の単位であった。」

二人の石切り職人の話

- ・Aには何も説明せずに石を切り出させた。Bには「この石は大聖堂の壁石に使われる」と説明した。この2人において「生産性の高さ」「仕事の質」「やる気」が変わってくるのは眼に見えている。

銀行員の話

- ・耳の不自由なお客様が相談に来られ、やむなく筆談で長時間かかって用事を済ませた。その係は次回のためにと手話を勉強し、再来された時に手話で話をして大変感謝をして頂いた。その後、そのことが評判となり、これまで対象にならなかった人々の市場を新しく開拓した。

うわさの活用

- ・口コミによる「良いうわさ」は3倍、「悪いうわさ」は33倍のスピードで広まる。これを逆利用して、何か戦術を考えられないか？

社会情勢の変化

- ・経済哲学 (旧) 資本と労働の生産性の高さが利益を生む。
(新) サービスのクオリティーの高さが利益を生む。
- ・業務の課題 (旧) 規定された業務を遂行し業務の基準に合致すること。
(新) 決定的瞬間を管理することによって顧客満足を保証する。
- ・管理職仕事 (旧) 基準による統制と基準を順守させること。
(新) 現場に権限を委譲し、それを助けること。

これからの企業

- ・これからの企業は、サービスのクオリティー (顧客満足) の高さが、生産性や効率に代って企業に利益をもたらす。
- ・経営者は、管理・監督するのではなく、ビジョンを示し、現場に権限を委譲し、従業員に「やる気」を起こさせるリーダーであるべきだ。