



ユーミックは、さまざまな得意分野を持つコンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

顧客満足度を高めるためのサービスの均質化



サービスは目に見えないものであるため、顧客満足度を左右するのはサービス提供者の力量によるものが大きいといわれています。この考えに基づき、多くの企業ではサービスの向上を目指し、従業員教育等に着手しています。しかし、サービスの向上のためにはまずサービスの均質化をおこなうことが前提条件となってきます。この前提条件を省いていきなりサービスの向上を目指そうとしているために、結局サービスの全体的な向上ができていない企業が多いのではないかと思います。

先日あるサービスの申し込みをしたところ「今年はできません。」との回答がありました。去年は受け付けていただいたものであることからその理由をよく聞いてみると、去年の担当者の個人的な判断でやっていただいたことであり、会社としては受け付けられないことだったということが分かりました。また逆に、担当者が変わって以前はやってもらっていたことがOKになるといふこともあります。前者の場合は**事前期待 > 事後評価**となることから顧客満足度は下がります。また、後者の場合は**事前期待 < 事後評価**となり一旦顧客満足度はあがりますが、次の担当者が同じサービスを提供してくれるとは限らず顧客満足度の維持ができない可能性があります。

このように異動や退職などで担当者が入れ替わることによってサービスが均質化されない状況が多くみられます。担当者が入れ替わっても同じサービスが当たり前提供できこそ、企業への信頼感が強固になり、顧客満足度が高まる土台が醸成されるのです。

サービスの均質化とは「**誰がやっても同じサービスが提供できること**」です。これを実現させるためには、仕事の標準化や仕組み化、教育が必要となります。また、教育するうえで留意すべきなのは、教える人のスキルの有無によってその効果が変わってくることです。個人のスキルに左右されないよう、企業として顧客に対して実施してよい「OK行動」「NG行動」の目線合わせをしていくことも必要です。

こうして均質化ができてはじめて顧客満足度は「まあまあ」「満足でもなく不満でもない」という状況ができあがります。顧客満足度を高めていくというのはさらに次のステップとなり、均質化のレベルを全社メンバーでひとつずつアップさせていくことによって生み出されるのです。

顧客満足度を高める方策として、**サービスの均質化** **均質化のレベルアップ**というステップを分けて実行してみたいかがでしょうか。



Book review 『僕の死に方 エンディングダイアリー 500日』

著者:金子 哲雄 / 出版社:小学館 / 価格:1,404円(税込)

少し舌足らずな流通ジャーナリストとしてTVで親しまれていた金子さんが突然亡くなられたという報道に驚いた記憶があります。突然の余命宣告から亡くなるまでの自分の気持ちやご本人がプロデュースしたお葬式の準備の話などをご本人と奥様がまとめられた一冊です。

流通ジャーナリストとして自分の死さえも情報発信しようとする壮絶な仕事への取組み姿勢が印象的で、「自分の人生の終わりの期限が迫ってきたとしたら？」と自分の考えや気持ちを改めて整理できるだけでなく、「今」をよりよく前向きに充実させようという意欲が湧いてきます。

仕事のモチベーションをさらに高めたい方や今後のキャリアプランについて改めて考えたい方にお勧めです。



小倉 綾

百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングをおこなっている。中小企業診断士

