

今月の一言

キーワード：顧客満足

企業が勝ち続けるための「最大」基本条件は二つある。

一つは新規顧客の継続的開拓、もう一つは既存顧客のリピート率を上げることだ。どちらを優先すべきかをいえば、リピート率を上げるほうに軍配は上がる。

アメリカのマーケティング調査によると、一度買ってもらったお客様に続けて買ってもらうのにかかるコスト（時間や労力、宣伝広告費用など）は、一度もわが社の商品を買ってくれたことのないお客様に新規にかってもらうために要するコストの七分の一ですむというマクロデータがある。

したがって、顧客戦略でも既存顧客のリピート率の向上を第一義として考えることである。リピート率を上げる、すなわち、リピーターを増やすための決め手は、言い古された表現ではあるが、やはり顧客満足（Customer Satisfaction＝略称CS）度の高さにある。

「生きた戦略」の条件に、顧客満足が必要なのはこのためである。戦略の中心課題には、顧客満足がなければならないということである。

真の顧客満足とは顧客感動である

お客様の事前期待より、買った後の評価のほうが高い状態、これこそ真の顧客満足である。真の満足は、感動を伴う。「WOW!」があるのだ。

お客様の期待に「応える」ことではなく、お客様の期待を「上回る」ことにある。

著書：生きた戦略の条件 著者：新 将命

すべての戦略は顧客感動に通ず

2017年10月25日

さいのう とおる

追伸：残り2カ月、ラストスパート！安全第一をお願いします。