

今月の一言

キーワード：顧客満足（その2）

顧客満足は、顧客がサービスを受ける前に抱いている事前期待を、サービスを受けた後の実績評価が上回ったときに得られる。これが顧客満足の定義です。

逆に、事前期待よりも実績評価が小さいとガッカリされて顧客を失うこととなります。また、事前期待と実績評価がほぼイコールだと、期待に応えているものの、印象が薄いので競合他社に乗り換えられてしまう可能性が高くなります。ポイントは、顧客満足は絶対値ではないということです。つまり、事前期待と実績評価の「相対値」で顧客満足は決まるのです。実績評価の方だけに着目して顧客満足向上に取り組むのは筋違いだといえます。顧客の事前期待をとらえずして、顧客満足の向上は成しえませんが、

サービスも事業なので、人や時間やお金が限られている中で、サービスを磨き上げなければなりません。そこで事前期待をとらえることができると、その事前期待に応えるために、何に取り組むと価値があるのかが明確になります。同時に、その事前期待に合っていない取り組みは、無意味行為や迷惑行為になるようであれば、「やめること」に決めることもできます。

事前期待を中心にサービスを組み立てることで、サービスの効率化と価値向上を両立させることは十分に可能です。

著書：日本の優れたサービス 著者：松井拓己・樋口陽平

顧客の事前期待を知ること！

2017年11月24日

さいのう とおる

追伸：今年も残り1カ月余り、安全第一をお願いします。