

CSが向上しないのは何故？

カスタマーハラスメント等の問題はありますが、やはりCSはESと並んで経営の基本です。満足したお客様は良い口コミ発信や紹介をしてくれます。**依然続くコロナ禍で、営業活動に制約がある会社にとって、口コミや照会は、何よりの営業活動です。**

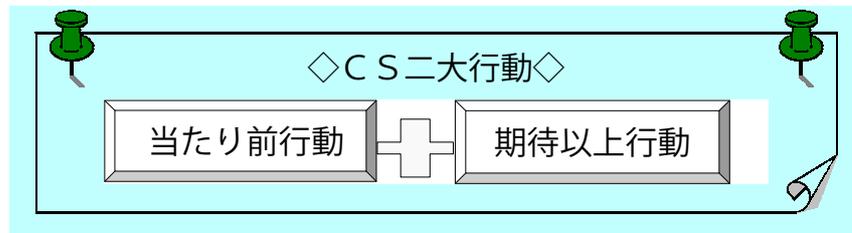
したがって、やはりCSは常に高める必要があります。

しかし、**意外と自分がお客様になった際の“満足体験”がない人がいます。感動体験となると、もっと少なくなります。**

この状態では、CS・、CSと言っても、具体的な成功イメージがわからず、今ひとつピンときません。そのため、CS向上の為に何をすべきかという、具体的な行動もあまり思いつかない恐れがあります。この状態では、CSの必要性は理解されても、現実の行動になかなか移せません。

CS強化を何年も行いながら、思うようにお客様の評価が上がらないのは、実はこのことが一因です。つまり、CS向上をかけ声だけでなく、具体的な行動まで明確にすることが必須です。

実はCSを高める為の行動は大きく二つに分類できます。



さらに、この2大行動の“具体的言動”を整理することが必要です。

期待以上行動は“CSノウハウ”とも言えます。したがって整理した結果を共有化し、水平展開すると効果的です。

ただし、その際**注意すべきことは、当たり前行動を期待以上行動と誤認しないことです。**特に、一流会社・ブランド会社の場合は、お客様が考える当たり前レベルが高いので尚更です。しかし、研修を行ってみると、意外と当たり前行動を期待以上行動に分類しがちです。自分では期待以上行動と思っていても、お客様は当たり前としか思いません。

また、具体行動を整理するだけでなく、実践することがもちろん必要です。特に、当たり前行動は100%実践する必要があります。当たり前もできていないのに、期待以上行動をしても「そんなことより、やることやってよ」と言われてしまいます。しかし、この徹底が“言うは易く行うは難し”です。特に、小さな不満を感じさせる事柄の改善徹底です。大きな不満の場合、指摘されるので、大抵は実践できます。しかし、**小さな不満は言わないお客様も多いので、気がつかない恐れがあります。**しかし、小さな不満が蓄積すれば苦情になったり、他社に乗り換えてしまいます。

弊社では、CSの必要性だけでなく、各業界に合わせた具体的な行動まで明確にします。さらには実践練習により、できるレベルまで到達するような研修を実施しております。ご興味ある方は、是非、ご連絡を下さい。

> お問い合わせはこちら

