

TANIGUCHI-MAIL

～お客様の「不安」「不満」を取り除く～

どの企業も、「何を一番大切に取組んでおられますか」と質問すると、「顧客第一主義」「顧客満足」と答えられます。しかし、本当にそこに視点、エネルギーが集中できているのでしょうか。

NHKの朝のニュースで、これからの日本を引っ張っていく若き企業リーダーにとって何が必要なのか?というテーマで、苦戦をしいられているパソコン市場の中で、業界4位に躍進したデルコンピューターが取り上げられていました。

インタビューを受けておられたのは、44歳の浜田社長です。氏は、質問に対して、次のように応えておられました。

売上、利益は、お客様の会社に対する支持率である。

原点に帰る 「本当にお客様に満足いただけているのか」

デルがやってきたことは、当たり前のことですが、「顧客満足度」の徹底追求。

製品・価格・サービス・話し方にいたるまで、本当にご満足いただけているのか。

本当にご満足いただけるために「こつこつ」とお客様の「不満」、「不安」を取り除く作業を積み上げてきた、現在、お客様に指示されているのは、これまでにこつこつと地道な作業をやってきた結果です。

お客様の「本当」を知るために、メールや電話だけの情報でなく、直接、お客様に会って、文字や言葉だけでは伝わりにくい、お客様の気持ちを空気、肌を通して知ることを行っている。

ビジネスチャンスはどこにあるのか。

お客様が「不満」や「不安」に思っていることに目をむける。

氏自身、いろんなサービスを受けてきたが、怒りを覚えることが多く、ここに目を向ければビジネスチャンスは一杯ある。

改善することに関しては、改善の進捗状況がわかるように結果を数値化して、期限をきめて改善に取り組む。

売上、利益が良くても会社で取り組んでいる「顧客満足度」が低いと評価はない。

不況の中でも、元気な企業はあり、お客様でにぎわってます。

- 製品、価格、サービス、話し方について
お客様の現状を本当に知っているのだろうか
お客様の髪はきれいになっているのだろうか。
お客様に心地良さを感じていただけているだろうか
製品の持っている力を100%使いこなしているのだろうか。
お役に立つ情報提供ができているのだろうか。
サロン様の利益に貢献できているのだろうか。

当社も原点に帰って、マンネリ化することなく、「サロン様は本当に満足いただけているのか」、サロン様の「不満」「不安」に真剣に目を向けて、螺旋階段を登っていきたいと思います。

今後ともご指導ご鞭撻いただきますようお願い致します。

TANIGUCHI-MAIL

～凡事徹底～(感じのいいサロン)

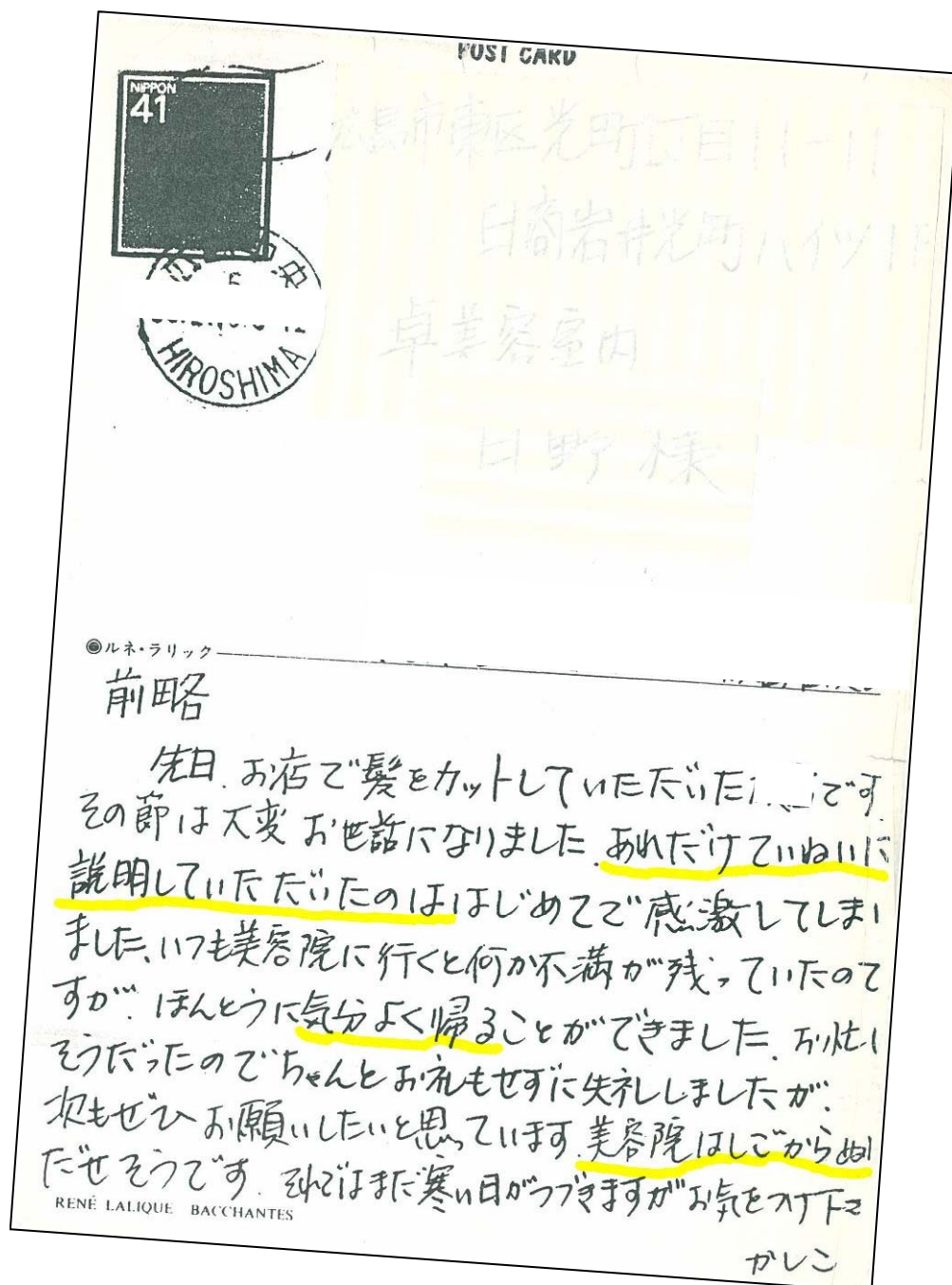
ある繁盛サロンのスタッフの方に届いた一枚のハガキです。

やっている側にとっては、当たり前のことでも、

されてるお客様にとっては、よくわからなかったり、不安なことが多いのかもしれない。

お客様にきれいになっていただくために、今、何をしてあげているのかを、

一つ一つ優しく丁寧に話してあげるだけでもお客様にとってはうれしいのかもしれない。



TANIGUCHI-MAIL

～あたりまえのこととは～(感じのいいサロン)

起死回生の一手ではなく、出来ることを確実に。

すべての行動には、何故があります。そしてサロンのこだわりがあります。

一つ一つの行程を何故、何のためにやっているのかをお客様にわかりやすくお伝えしましょう。

あたりまえのこととは

自分の髪はきれいですか

傷んだ髪は美しくない、おしゃれではないと思いますか

お店の商品は自分で使用していますか

自店の商品を使うと髪がきれいになると思いますか

業務用で使用していない商品をお客様にご紹介していませんか

サロンの業務用・店販商品について

どのくらい使えば、どのような効果がでるかを

自分の言葉でいえますか

傷んだ毛髪にきれいなパーマがかけられますか

傷んだ髪にパーマをかけていませんか

傷んだ髪に強いパーマ液を使っていませんか

傷んだ髪にきれいなパーマをかけようとしていませんか

うまくパーマがかけられないのは薬品が悪いと思っていませんか

自店のパーマは傷みませんと言っていないませんか

商品説明ではなく、自店の考えを話していますか

店販を販売するとお客様が逃げると思っていませんか

スタイリング剤で思いのヘアスタイルが再現できると

思っていませんか