

経営戦略 お客様の声を起点とした運営への転換

# お客様の声を業務の起点に 仕入れや陳列、サービスに反映

すべての部署の業務の起点はお客様の声

私たちのもとには、店舗やコールセンター、アンケートなどで、多くのお客様の声が届きます。これを一元管理しバリューチェーンの中心に据えることで、お客様のニーズに沿った商品やサービスを提供していくことができると考えています。

しかしその一方でこれらの貴重な声は、あくまでも顕在化されたニーズであり、私たちに求められるものは、お客様の声に瞬時に対応していくと同時に、世の中の変化やお客様のニーズに先回りして、需要を創出していくことも重要だと考えています。

•お客様視点で常に考えるNPS(ネットプロモータースコア)の活用

お客様の声を起点とした業務の定着化を図るために、NPSを活用しています。店舗ごとにNPSを管理しておりお客様の声が定量化されることで、改善項目に優先順位をつけて対応しています。

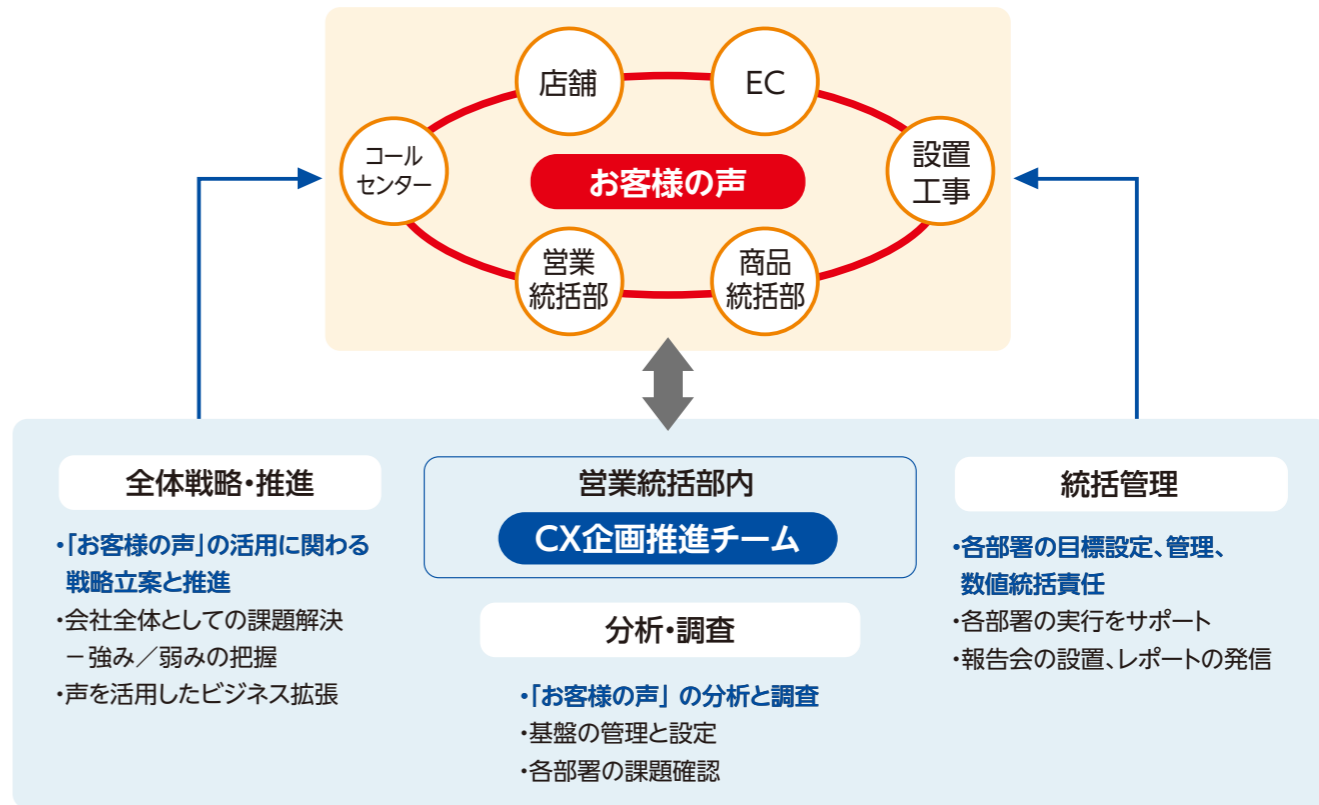
今までの営業活動においてもお客様の声を大切に売場の改善、システムの改善等を進めてきましたが、このNPSの

「お客様の声」より、お客様が求めている“コト”に注目して、お客様起点での業務課題を改善し、さらなるお客様の満足度向上に取り組むことができます。

NPSをもとに部署ごとの課題が浮き彫りになり、現状を把握することができるため、お客様により利用していただきやすくなるために何をすべきなのかを明確にすることができると同時に、部署間での連携により、部署を跨いだ課題改善に注力できます。

企業理念を体現する従業員を称える表彰制度においても、NPSを活用しています。

「販売員の接客が素晴らしく良くて、〇〇さんのファンになりました!」などの声は、販売員の励みになり、やる気につながります。それが、さらなるお客様起点の接客・サービスにつながる好循環を生み、ブランド価値の向上に寄与するものと考えています。



さらなる定着化へ加速

•お客様の声を起点にPDCAサイクルを推進

CX企画推進チームでは、各部署のお客様アンケートを基盤とした業務改善内容を集約・共有し、全社的なCX戦略における課題への対策を企画推進しています。また、部署間の取り組み内容の共有や計画の実行・効果検証から次の計画の方向性について議論するなど、各部署が自立して運用できるようにPDCAサイクルの定着化に向けて支援しています。


•各部署の課題から自部署改善のヒント

NPSは店舗別や販売チャネル別、設置・工事などの区分で分析できるため、比較により自店舗の強みや弱みなどを把握し、優先順位をつけて課題に対し対策を講じています。地域やお客様の性別・年代などによってニーズは異なるため、画一的な改善活動ではなく、個別に対応していくことが重要と考えています。

有楽町店 コールセンター長  
**野本 貴史**

【その声が満足度向上への近道】


「該当部署へすぐに電話をつないでほしい」という声をアンケートでいただいたため、有楽町店でIVR転送機を導入し、お問い合わせが多い携帯電話コーナーの案件は直接売場へおつなぎするようにいたしました。希望している窓口へ直接つながることにより「保留時間が短くなり、電話がつながりやすくなった」とお褒めいただく機会も増えました。お客様が困っている生の声を、現場に導入することで、お客様の満足度を上げることができたと感じています。



池袋本店 副コールセンター長  
**大平 可奈子**

【耳が痛む声にこそ改善のヒントあり!!】

お客様からの期待や要望「こうしてほしい」「こうだったらいいのにな」の声をまず認識すること。そしてひとつでも多くの声を活かしていくことが本当に大事だと考えています。仕事をする中でのやりがいは、どれだけファンを作れるのかだと思います。電話先のお客様の期待に応えられた時、お客様に喜んでいただけた時、ありがとうと言っていた時が嬉しいので、今後も“とことん寄り添う”ことにこだわり、お客様の声を大切にしていきます。



**お客様が求めている改善**

営業統括部 CX企画推進 課長 **和歌山 大**

お客様アンケートでは、「挨拶」「品揃え」「探しやすい、選びやすさ」などについてコメントをいただき、接客や売場づくりなどの問題点や課題を浮き彫りにできます。売場改善やシステム改修だけでなく、ひとつでも多くのお客様のお困りごとを改善して、安心して利用いただけるようお客様、従業員の声を大切に行動していきます。

