

顧客満足という商品



顧客満足の科学

「満足」とは

「満足」とは？

「期待」を越えること



「期待」を
越える条件

相手の求めている
範囲であること

常識的な
範囲であること

こちらの努力や苦勞が
伝わること

条件を
満たさないと



✓ 余計なお世話

✓ こまでいらぬから
その分安くして

✓ なんだ簡単なことなんだ

期待を知るとはということか

相手の「期待」知るためには？

「常識」に個々の事案を当てはめて考える



仮設を設定

確認して検証

期待について、相手と合意する

満足の大きさ

満足の大きさとは？

期待と結果とのギャップの大きさ

利益は、80万円

利益は、100万円

80万円の利益を期待

100万円の利益を期待

利益 90万円



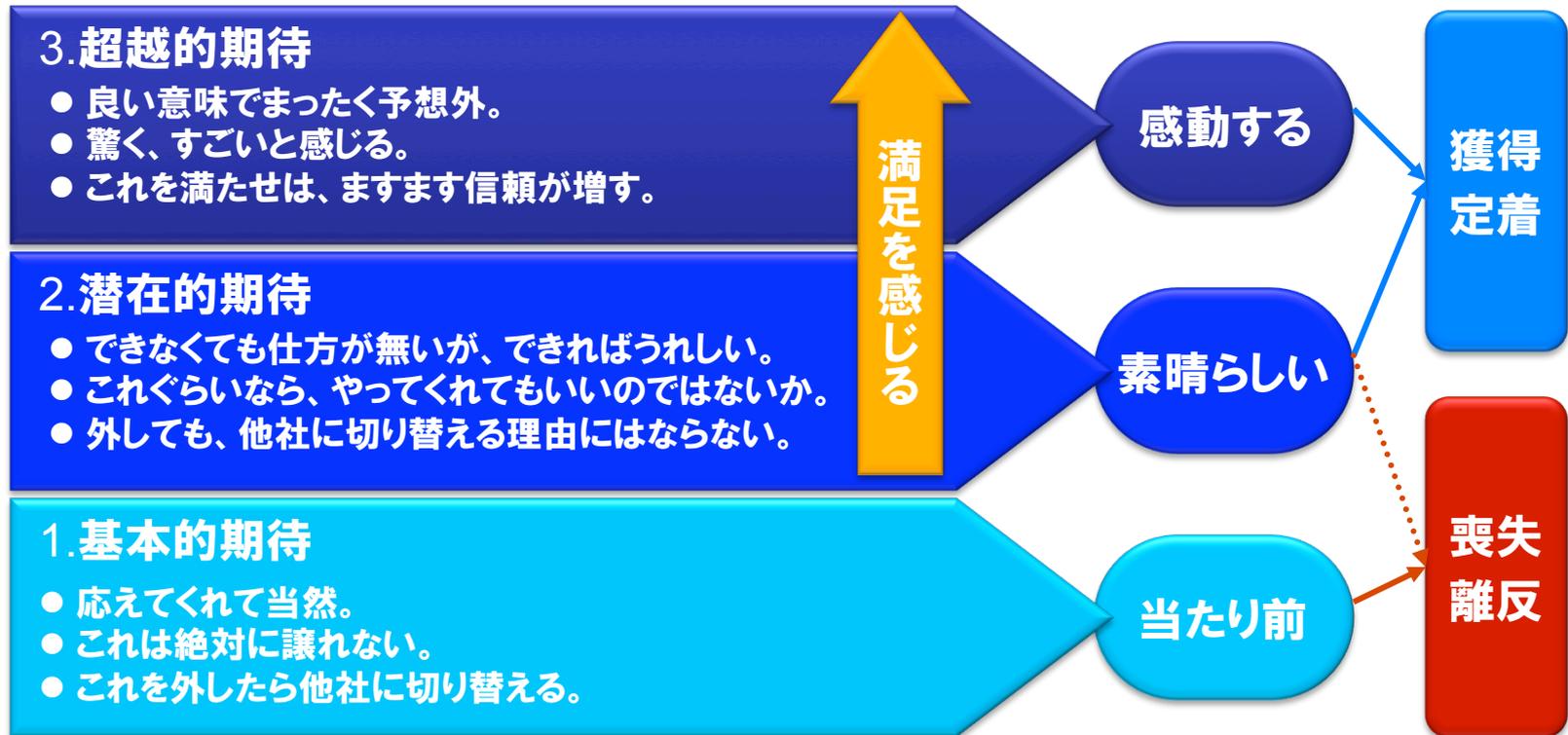
10万円の得

10万円の損



相手の期待を可能な範囲で引き下げる

満足の3段階(1)



期待を越えて欲しい!



満足の3段階(2)

なぜ？

利用者が増えて現行の能力では、まかなえきれなくなってしまったから。

3. 超越的期待

- 負荷のかかっているDBのチューニングを行い負荷を軽減。
- 待機サーバーを使い負荷分散とライブマイグレーションで対応。
- クラウドを使い資産とコストの削減と能力増強を同時実現。

感動する

頼れる
営業

2. 潜在的期待

- すぐ翌日に見積書を持ってきてくれる。
- 通常よりも短納期で納品してくれる。
- いつもの値引き額よりもさらに値引きしてくれる。

素晴らしい

良くやる
営業

1. 基本的期待

- こちらの必要を理解した上で最適な構成を提示してくれる。
- いままでの値引きを考慮した見積もり金額を提示してくれる。
- 通常の納期(例えば、2週間以内)に納品してくれる。

当たり前

普通の
営業



追加システムの見積を
お願いします！



真の顧客の満足とは

相手は必ずしも真の**Needs**を伝えてくれるとは限らない

欲しい(Wants)

新商品の通信販売を始めます。その受注のためにコールセンターの要員を100人増やさなくてはならないんです。

増加する受注
に対応すること

PC100台の見積もりをお願いします。

必要(Needs)

仕様を確認する

「なぜ」を確認する

価格や納期などの
条件を確認する

あるべき姿 (To Be)
を明確にする

見積書を提出する

あるべき姿を実現する
最適の解決策を提示する

To Do / 手段を解決

To Be / 目的を解決

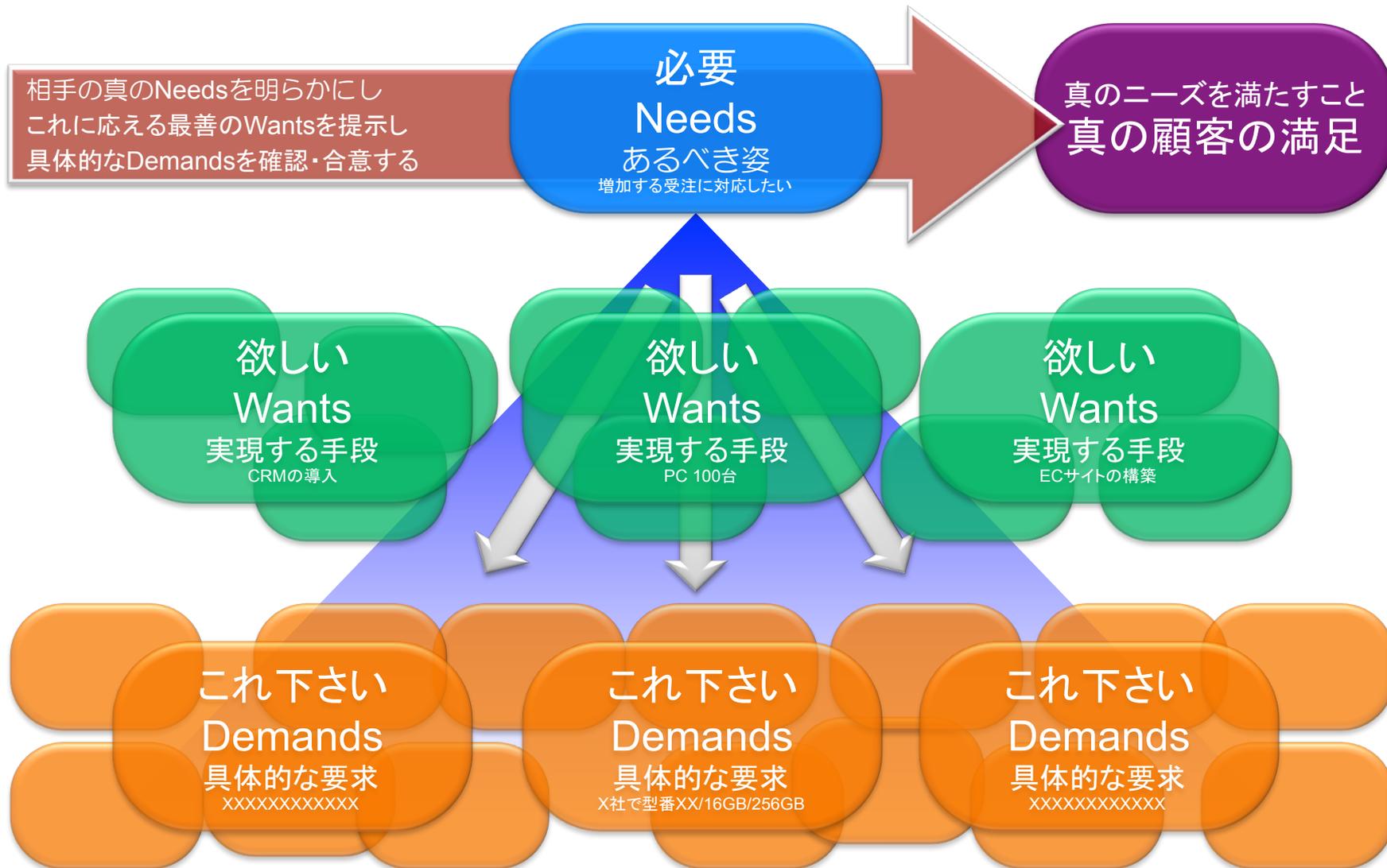
➤ PC100台の見積書を提出

- **WFM**を導入し、オペレーターの稼働率を上げ、もっと少ない増員/現行の人数で対応できるようにする。
- **CRM**を導入し、お客様対応時間や応対後の後処理時間を削減する。
- **Webからのオンライン受注**ができるようにして、受注処理に伴うオペレーターの作業負荷を平準化する。

相手は必ずしも最善の**Wants**や**Demands**を知っているとは限らない

これ下さい(Demands)

真の顧客の満足とは



顧客満足のマネージメント

本音のコミュニケーションで契約内容や仕様を妥当な水準に戻す。

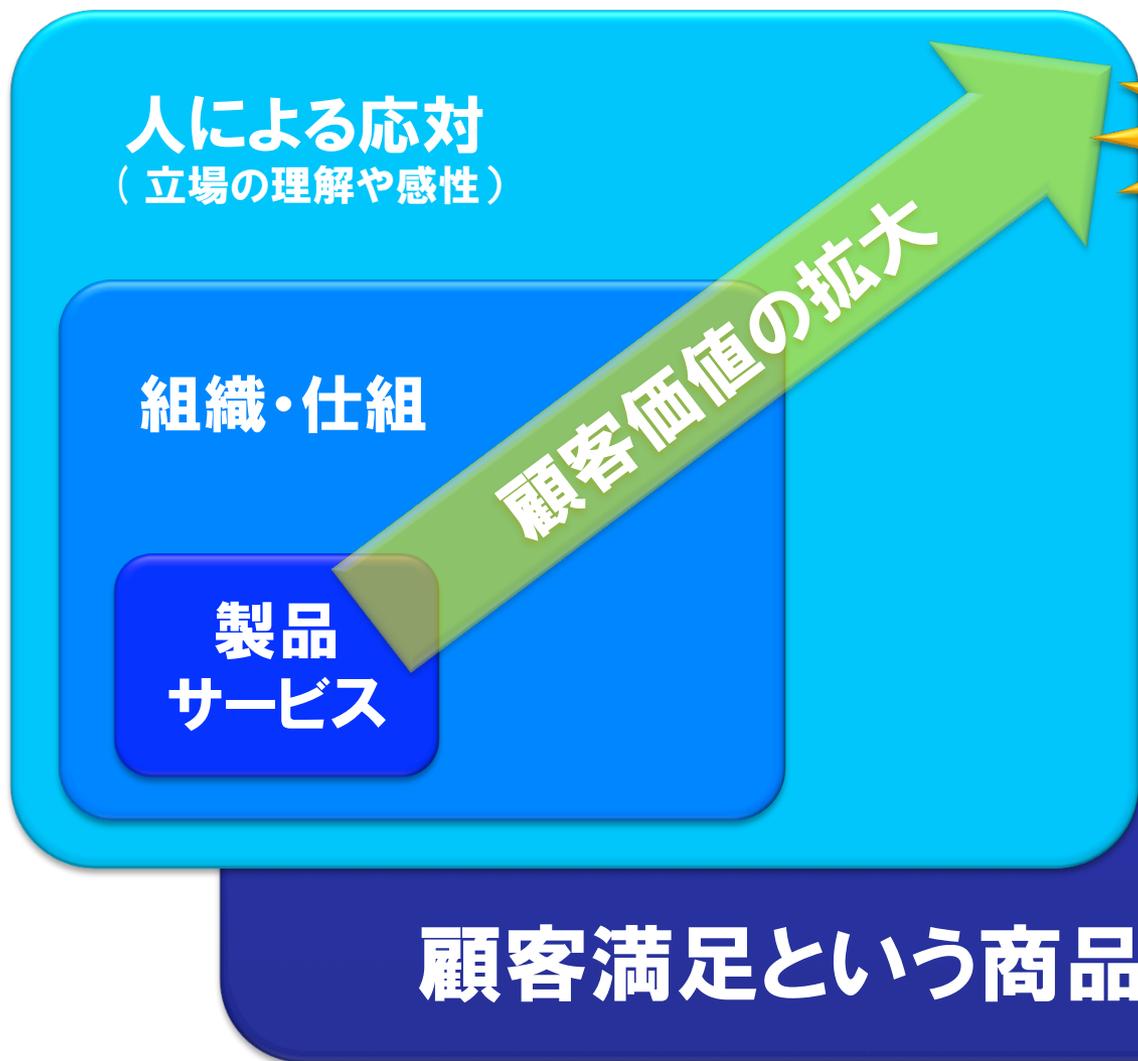
競合他社のレベルを把握し、自社のレベルの高さを納得させる。

普段は、潜在的期待を多少超える程度にとどめ、期待の超越は、いざというときに繰り出す。



お客様の事前の期待は、時間とともに膨らむ

顧客満足という商品



商品やサービスによる
絶対的差別化は困難

