

カリキュラム

B.組織マネジメント

組織力強化

顧客満足度向上のための組織マネジメント

コースのねらい

顧客サービスは顧客との接点をもつ従業員だけでなく、バックオフィスの協力や連携が重要である。また、顧客満足度向上を目指して、顧客の要望を読み取り適切に対応していくことが求められる。様々な立場のメンバーが協力・支援していくための関係構築とマネジメントを進めるためのスキルを習得する。

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
基本要素	1 顧客満足度と従業員満足度	(1)CS(顧客満足)とは何か【講義】 ①差別化戦略の変遷とCS ②CSとは ③CS推進を成功させるには ④対応能力を向上させるには	0.5
		(2)企業にとっての戦略的な意味【演習】 ①自社が取り組む意味を考える ②人的サービスによるCSはなぜ戦略的価値があるのか	1.0
		(3)CS(顧客満足)とES(従業員満足)の関係について【講義】 CSとESの相関関係を学ぶ	0.5
	2 顧客満足度向上へのアプローチ	(1)CS推進の進め方(サービスコンセプトとCS行動基準)【講義】 CS推進に必要なサービスコンセプトとCS行動基準とは何かを知る	0.5
		(2)CSマインドを強化する【演習】 CS行動基準に基づいて、顧客の要望を読み取り、行動するための具体的な事例を学ぶ	0.5
		(3)クレーム対応もCS向上のチャンス【講義】 クレームに対する真の原因を見つめ、クレームをチャンスとする考え方を学ぶ	1.0
	3 全社的なマネジメント	(1)CS推進に求められる全社的な取り組み【演習】 MSO(M:マンパワー S:戦略 O:オペレーションシステム)の観点でどのような点が必要なのかを洗い出す	0.5
		(2)顧客と接しない従業員に求められる取り組み【講義】 顧客と直接接しない従業員にはどのような取り組みが求められるのかを知る	1.0
		(3)顧客接点の担当者の教育【講義】 担当者に求められる対応能力の内容を知る	0.5
		合計時間	6.0

カリキュラム作成のポイント

担当者が一人で頑張るCSではなく、全社を挙げて戦略的にどのように取り組むのか。自分事として、組織として、他部署として、さまざまな観点で「顧客満足度向上のための組織マネジメント」を学びます。まず、第一歩を踏み出せるように、事例を交えながら進めます。

講師から一言

顧客から自社の商品やサービスが選ばれ続けるためには、御社の理念の実践が差別化ポイント！そして、「企業理念の実践は、CS(顧客満足促進)マインドとES(従業員満足促進)マインドの浸透が不可欠」。戦略的なCSマネジメントのあり方を学びましょう。