

カリキュラム

(A) 品質保証・管理

品質保証・管理手法

サービスマネジメントによる品質改善と向上

コースのねらい	現場でサービスを提供する個々の従業員が、顧客視点に立つことにより提供しているサービスにおける課題・問題点を発見し、ボトムアップによりサービス品質の改善や向上に向けた具体的な行動に移すための手法を習得する。
---------	--

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
	1	サービスの理解	<p>(1)サービスの特徴と誤解【演習あり】 サービス業とは顧客とのやり取りの中で品質や評価が決まるため相対的となります。サービスの特徴を経営者だけでなく、現場も十分理解し、商品づくり、サービスづくりをしていく必要があります。サービス品質6つの視点「正確性」「迅速性」「柔軟性」「共感性」「安心感」「好印象」の特徴と誤解について、演習を通して解説します。</p> <p>(2)サービスの性質(無形性、不均一性、同時性、消滅性)【演習あり】 サービスは顧客に応じて変動して、カタチが無く、残らずに消滅してしまいます。「顧客のサービスを受けた印象」が、満足度と直結しており、その印象如何によって、次回利用するかどうかが決まります。5つの品質評価項目「信頼性」「反応性」「確実性」「共感性」「有形性」に対する、「利用者の知覚」「利用者の期待」のレベルにより、顧客満足度が変化します。サービスの性質について、演習を通して解説します。</p> <p>(3)サービスの価値とコスト【演習あり】 サービス価値とは、製品機能を超えて個々の顧客企業が使用する際に創出される価値です。その商品によって高まる業績(コスト削減や売上増加など)が重要です。価値創造や顧客との関わり方、コストパフォーマンスの収益モデルの変革とマネジメントモデルのパラダイムシフトする必要について、演習を通して解説します。</p> <p>(4)現場での問題発見・解決【演習あり】 現状分析等を通じて問題を発見し、それを解決していくという問題解決力が重要です。「問題発見」→「課題設定」→「解決策立案」→「実施」という問題解決一連の流れについて、サービス現場での事例をもとに演習し、解説します。</p> <p>【講義】→【演習】→【グループワーク】</p>
2	サービスマネジメント	<p>(1)サービスの品質の再考【演習あり】 顧客はサービスの成果とプロセスの両面から、価値を評価をしています。この評価の観点とサービス品質6要素の関係性を再考すれば、論理的にサービス品質の向上ができることを、演習を通して解説します。</p> <p>(2)サービスマネジメントによる品質改善(マーケティング、オペレーション、人的資源管理)【演習あり】 サービスマネジメントの全体像は、ビジョン・戦略、サービス開発、顧客の価値評価や声の把握、マーケティング、オペレーション、人材育成、従業員満足度や組織風土といった総合システムからなります。サービスを提供する企業・個人が、顧客視点に立つことにより提供しているサービスにおける課題・問題点を発見し、サービスマネジメントによる品質改善を目指すための演習と解説をします。</p> <p>(3)ボトムアップによる改善プロセス【演習あり】 ボトムアップによりサービス品質の改善や向上に向けた具体的な行動に移すための手法を習得し、実践的な演習を実施し、自社の業務にそのまま活かすための解説をします。自発性、主体性、自主性のボトムアップによるサービス品質の改善を通して、新たなサービスの経営特性を想像する重要性について、学んでいただきます。</p> <p>【講義】→【演習】→【グループワーク】</p>	3.0
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント

顧客視点に立ち、サービスにおける課題・問題点を発見し、効果的な品質改善案を検討していただきます。マーケティング、ノウハウ共有、人材育成などによる、サービスマネジメントによる品質改善の本質を理解していただきます。ボトムアップによる改善プロセス、サービスの特性とボトムアップ改善の重要性、問題解決方法、顧客に合わせたサービスマネジメントなど演習を通して学べるカリキュラム内容としました。

講師から一言

「六方よし」の「従業員」「お客様」「会社」「地域」「社会」「未来」の実現の全体最適志向により、働きがい、生きがいを共に目指しましょう。