

カリキュラム

C. 営業・販売	顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析
顧客情報	

到達目標	顧客満足の本質を理解することで、顧客満足度の把握とデータ分析とその活用方法についての知識と技能を習得する。
------	---

指導内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
	1 顧客満足の本質	(1) CS経営の背景と必要性 CS経営とは何か？なぜ顧客満足が重要と言われるようになったのか？の背景と必要性をCS経営の3つの意味と実現のために必要な5つの機能を合わせてレクチャーする。 (2) 顧客満足の意義と向上の方法 顧客満足の向上と業績アップの関係をレクチャーし、顧客満足度を向上させるための5つの施策を説明し、自社の場合はどうなるか？を考える。 (3) 【演習】顧客の定義 すべての顧客を満足させることは出来ない。自社が満足させられる顧客はどんな顧客か？優良顧客の定義を行う意義と、方法、自社に当てはめるとどうなるか？をディスカッションする。	2.0
	2 顧客満足のための社内体制	(1) CS経営と企業文化 企業文化がCSに与える影響を説明し、8つの文化醸成要素、7つの定着要素の説明、企業文化の改革のための5つの要素をレクチャーする。 (2) 【演習】苦情対応 CS向上に欠かせない、苦情対応のやり方について、4つのNGパターンと苦情対応の6つのポイント、事例と対策について、ディスカッションとロールプレイングを行う。 (3) 【演習】顧客満足向上グループディスカッション 顧客満足度を向上させるために、自社をどんな体制に変えて行けばよいのか？各自はどう行動していくのが良いのか？などのディスカッションを行う。	2.0
	3 顧客満足度の把握とデータ活用	(1) CS度把握の方法 NPSや評定尺度などの指標の説明。自社で行う場合、リサーチ会社に依頼する場合、外部機関の調査の活用の場合など、それぞれの場合の方法や注意点をレクチャーする。 (2) 【演習】CSデータ分析と活用 CSデータを何のために取るのか？そのためにどのように取るのか？調査票の作成から、データ分析、活用までの方法をレクチャー、活用方法をディスカッションする。 (3) 企業理念とCS 企業理念の実践とCSがどう関係しているのか？理念をCS向上に生かして高いサービスレベルを確立した企業の事例を用いながら解説する。	2.0
		合計時間	6.0

カリキュラム作成のポイント	理解を深めるために、実例を用いて説明したり、グループディスカッションの時間を取っています。
---------------	---

講師から一言	顧客満足度を上げて業績向上させるためのデータの分析・活用方法、実際に運用するための社内体制の作り方をお伝えします。
--------	---