

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、顧客満足度の向上を目指して、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)
講義内容	1 顧客満足度 (Customer Satisfaction) と従業員満足度 (Employee Satisfaction) 顧客満足度向上へのアプローチ	(1) 顧客満足度とそのメカニズム (講義とワークショップ) 講義 『顧客満足と企業経営』 ・経営の目的 ・顧客価値と企業価値の関係 ・顧客満足度と顧客の満足要因、不満足要因の把握 グループ討議 『自社にとっての顧客とは?』 (事前課題にもとづく)	1.5
		(2) 顧客満足度と従業員満足度の関係 (講義とワークショップ) 講義 『顧客満足は従業員満足から』 ・顧客の満足を創造するのは従業員 ・従業員満足度と従業員の満足要因、不満足要因の把握 ・従業員満足度を向上させるための視点 グループ討議 『従業員満足度向上に向けた取り組み』 (事前課題にもとづく)	1.5
		(3) 顧客の視点に立つ (講義とワークショップ) 講義 『顧客は何に満足するか』 ・自社の顧客を明確にする ・顧客の定義を明確にする ・顧客の要求事項を明確にする グループ討議 『顧客の声をどのように把握するか』	1.5
	2 顧客満足度向上へのアプローチ 全社的なマネジメント	(1) 顧客の期待を読み取る (講義とワークショップ) 講義 『顧客満足から顧客感動へ』 ・顧客満足 (CS) と顧客感動 (CD) の違い ・顧客感動に向けたシステムを構築する グループ討議 『顧客の声に気づく現場社員の感性の高め方』	1.5
		(2) 業務・人材育成と顧客満足度のつながり 講義 『顧客満足度から業務を振り返る』 ・顧客満足度から業務 (顧客への価値提供) の良し悪しを振り返る ・顧客満足度から組織能力 (従業員の能力を含む) 向上の取り組みの良し悪しを振り返る	2.0
		(3) バックオフィスの協働と人材育成 ・顧客満足に向けたバックオフィス (支援部門) の役割・目標を明確にする ・顧客満足向上に向けた人材育成の方針、目標を明確にする	
合計時間			7.0

カリキュラムのポイント

組織の目的は、価値創造にあります。価値の基準を顧客からの評価に置くことで、自らの顧客への価値提供のプロセスを客観的に振り返ることが、自社の独自能力を高めることとなります。また、顧客に接する社員の能力を高めていくことが自社の独自能力を高め、ライバルとの競争に勝ち抜くことに繋がります。顧客満足度を通して、価値提供プロセスや組織能力向上の取り組みを振り返り、企業価値を向上させるの取り組みについて学んでいただきます。