

株式会社アイディーエス

CSインタビュー白書

Vol.1

CSコミットメント活動概要及び過去3か年データの分析

2020年3月2日

本書の目的	・・・ P3
弊社のこだわりと意義 顧客満足重視の背景 期待を超えるサービスを実現する	・・・ P4
顧客満足実現に向けた動き 期待を超えるサービス=改善していく力 サービス力向上のための3カ年計画	・・・ P5
顧客満足向上施策の紹介 顧客満足実現の仕組み 1.サービス力強化活動 2.CSインタビュー 3.改善活動・改善確認	・・・ P6
CSインタビュー内容について 定量評価の評価基準 定性評価 インタビューシート (サンプル)	・・・ P8
定量評価レポート	・・・ P9
定性評価レポート	・・・ P13
改善活動レポート	・・・ P24
まとめと展望	・・・ P27

IT企業がお客様に喜ばれ、選ばれ続ける高いサービスを実現するために

企業の価値は、お客様に提供する製品やサービスにご満足いただくのはもちろんの事、その製品やサービスを使い続けたいと思っていただけること、求め続けられる企業であることだと思います。技術力や価格の差別化が難しくなった昨今、顧客満足をいかに上げていくか、お客様の期待に応え続けられるかが企業の生命線となりつつあります。

日本国内では少子高齢化・働き手不足など、様々な社会問題を解決するために、多くの分野や業種において、テクノロジー主導による変革が進んでいます。特にロボティクスやAIによって人間の能力を発揮する分野は、創造性・専門性の高い仕事にシフトし、良い意味での役割分担が加速すると思われま

す。だからこそ、これからの時代の顧客満足にはAIやロボットでは代替できない「人間ならではのサービス力」の発揮が益々重要になってくると予想されます。

弊社では、このサービス力を磨き続けることで「サービス力で世界一」を目指すことを宣言しました。

技術者として細部にまでこだわった使いやすいシステムを作りたい。

ビジネスパーソンとして、お客様を大切に想い、お客様の立場に立ったサービスを提供したい。

お客様と永いお付き合いを前提とした、公平なお取引をしたい。

本書では、弊社のサービス力の核である独自の取り組み“CSコミットメント活動”を、2016年/2017年/2018年の3カ年実施した実績の考察をご紹介します。

本書がIT企業におけるサービス力強化の一助となれば幸甚です。

顧客満足重視の背景

ITサービスを通じて関係者の幸せの絶対値を増やす(弊社ビジョン)

“限られた人生の時間の中で、ビジネスを通じて貴重な時間を共有させていただく”
“限られた時間だからこそ、洗練されたサービスをもって、お客様に心地よさを感じていただきたい”

弊社企業理念より抜粋 (<https://www.ids.co.jp/mission/philosophy.html>)

弊社ビジョンの“関係者”とは、お客様や弊社の従業員だけでなく、家族、お客様の先にいらっしゃるお客様やパートナー企業様、その他関連するあらゆる方々、つまり弊社が提供するサービスで影響を受ける全ての方を指しています。

そして、“関係者の幸せの絶対値”とは顧客満足そのものであると弊社は考えています。関係者が幸せである状態は、関係者が企業活動に満足している状態と捉えることが出来るからです。それはお客様から求められ続ける企業であることを同時に意味し、故に顧客満足にこだわり続ける事が重要なのです。

期待を超えるサービスを実現する

一言で顧客満足と言っても、お客様が求める製品やサービスを提供するのは当たり前の事です。それだけでは、お客様との契約を履行しただけとも言えます。

では、我々がお客様に提供すべき、本当の意味での顧客満足とは何なのでしょう。弊社は、本当の意味での顧客満足を、お客様が製品やサービスのパフォーマンスに対して購入前に抱いた期待を超えたとき、はじめて実現されるものだと捉えています。想定以上の結果だった、思いがけない収穫があった、副次効果があったなど、期待通り（当たり前）を超えた体感、お客様の心に「感動」となって響くのです。

つまり、“期待を超えるサービス”を提供することは、顧客満足を実現し、素晴らしいユーザーエクスペリエンスを創造することに直結していると信じています。

期待を超えるサービス=改善していく力

弊社では、期待を超えるサービスの実現、すなわち顧客満足の実現のために重要なポイントとして、「サービス改善力」を重視しています。

IT関連の多種多様な顧客ニーズに対し、あらゆる面からお応えしたいというホスピタリティマインドを持ち、お客様のあらゆる課題に向き合い、ITプロフェッショナルとして高品質なサービスを提供しています。

サービス改善力IT業界No.1
ホスピタリティ×ITプロフェッショナル

サービスを提供するだけで良しとせず、「今のサービスで、お客様が声に出していない潜在的ニーズは十分に拾いきれているだろうか」、「お客様のビジネスのためにもっとできることはないだろうか」という観点で、よりよいサービスを提供できるよう改善活動を徹底的に行います。これが、「サービス改善力」です。

サービスの一つとして同じものは同じものは存在しません。お客様ごとに様々な課題やご要望があり、その一つ一つを丁寧に叶えていくことで、期待を超えるサービスが実現します。弊社は、ホスピタリティ×ITプロフェッショナルをベースとし、サービス改善力をもって、顧客満足の実現を目指しています。

サービス力向上のための3カ年計画

弊社はサービス力向上のための3カ年計画を立てました。年度ごとにテーマを定め、それに沿った活動を取り組んできました。

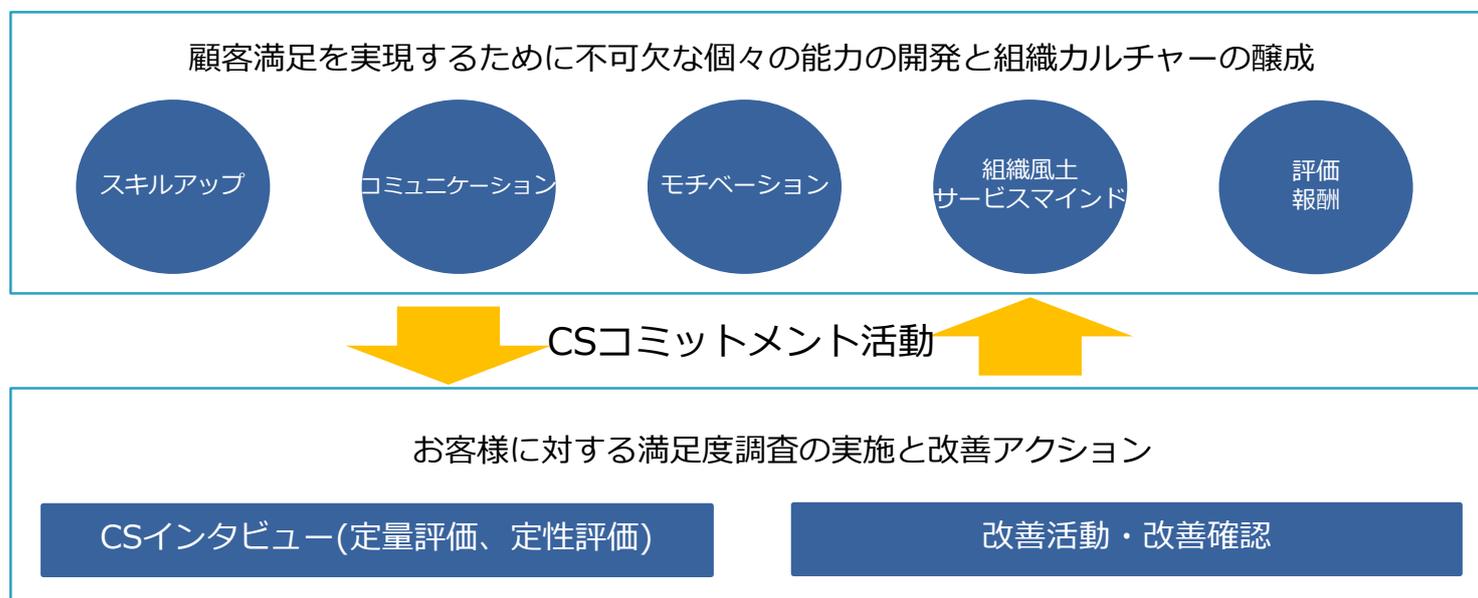
日本が得意としている「心配り」や「気遣い」などのおもてなしの心をビジネスに取り入れ、最高の顧客満足を実現することを目標に様々な挑戦をする中で、現在の「顧客満足実現の仕組み」が完成しました。(次頁参照)

年度	テーマ	目指す姿
2016年度	「ホスピタリティ最優先」	IT業界で日本一を自負している
2017年度	「ホスピタリティ×プロフェッショナルサービス = 収益の最大化」	サービスに関する何かで日本一と認知される
2018年度	「サービス改善力 IT業界No.1」	サービス力日本一として影響力がある

顧客満足実現の仕組み

顧客満足を実現する仕組みとして、「サービス力強化活動」「CSインタビュー」「改善活動」を柱にして顧客満足実現に取り組んでいます。

サービス力強化活動



1. サービス力強化活動

個々のパフォーマンス向上の要素として「スキルアップ」「コミュニケーション」「モチベーション」、それを支援する仕組みとして「組織風土・サービスマインド」「評価・報酬」を軸に設定し、日常的に社員のサービス力の強化・改善に努めています。

項目	概要	取り組み
スキルアップ	サービスを提供するために必要な、各種スキル(IT技術スキル、教養、サービス提供力等)の向上をします。	書籍購入制度、各種勉強会による自主学習の機会の創出。
コミュニケーション	社員一人ひとりがよりスピーディーに良質なパフォーマンスを発揮しやすくなるためにコミュニケーション力の向上をします。	無料提携居酒屋制度による垣根を越えた社員同士のコミュニケーションの実現。
モチベーション	自走する社員が一人でも増えるよう、モチベーションの向上をします。	MVP表彰制度や“ありがとうカード”による全社的な他己評価の機会の創出。
組織風土・サービスマインド	個別の能力やスキルを尊重し合い、組織としてのパフォーマンスを最大化させるため、一致団結・切磋琢磨できる組織風土・サービスマインドを育てます。	サービス接客検定全社受検、社長研修による全社的なサービスマインドの向上とそれに伴う組織風土の醸成。
評価・報酬	個人のキャリアパスに準じた評価・報酬の仕組みを設けています。	人事評価制度の更新によるより正確な評価の実現。

2. CSインタビュー

改善につながる真のご意見を頂戴することにこだわり、直接プロジェクトには関係ない弊社管理部門のスタッフがお客様に直接訪問して、1時間お話を伺うスタイルをとっています。

「インタビューシートの設定に沿って5段階で評価をつけてもらう定量評価」と、「弊社に対する評価をフリーコメント形式でヒアリングする定性評価」の両軸で行っています。(詳細は次頁参照)

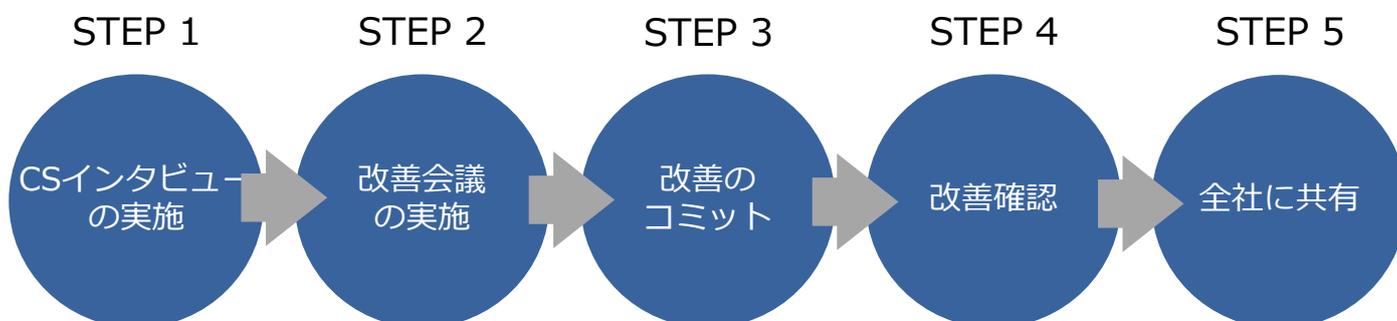
過去3年間で、お取引のあったお客様の90%以上に対して実施しています。

■年度ごとの実施率

	2016	2017	2018	累計
実施率 (実施件数/依頼件数)	98%	90%	93%	95%

3. 改善活動・改善確認

CSインタビューの評価を基に、社内で改善会議を実施し、改善内容についてお客様にコミットします。そして、実際にきちんと改善されたかをお客様に再度確認した上で、インタビュー結果を全社に共有するとともに、弊社ホームページに掲載します。



STEP	プロセス	内容
STEP1	CSインタビューの実施	弊社管理部門がお客様を訪問し、インタビューを実施し、ご要望や改善すべき点などを率直にお聞かせいただきます。
STEP2	改善会議の実施	インタビュー結果をもとにプロジェクト担当メンバー全員で改善策をディスカッションします。
STEP3	改善のコミット	改善策をお客様にご報告し、改善のお約束をします。
STEP4	改善確認	弊社管理部門が改善策の実施を確認します。併せてお客様にも改善確認をお願いいたします。
STEP5	全社に共有	全社で事例を共有します。更に、お客様のご了解の上でインタビュー結果をありのままホームページに記載します。

■ 定量評価の評価基準

5	4	3	2	1
期待をはるかに超える	期待以上	期待通り	期待より劣る	期待よりはるかに劣る

■ 定性評価

下記サンプルの様に、質問内容ごとに、なぜその定量評価となるのか理由を深掘りすると共に、設問に無いご意見やご要望、ご感想などをフリーコメントで漏れなくいただいております。

■ インタビューシート（サンプル）

	質問内容	設問	スコア	フリーコメント
1	プロジェクト全体	本プロジェクトは、お客様の目的に沿って進んでおりますでしょうか。	4	システム導入にあたり何かしらトラブルがあるだろうと思っていたが、実際は何も無かったのが素晴らしい。
2	提案活動	お客様にとって有益なご提案はできておりますでしょうか。	3	契約前にも関わらず、要望のヒアリングを丁寧にした上での納得いく提案だった。
3	納品物の品質	システムは使い易いものでしたか。	2	使い易さに関しては、ある程度知識習得や操作慣れをしていないと難しいと感じるので、現状で十分とは言えない。 デザイン面等は、もう少しこんなデザインがありますよなど、他社比較を含め、もっと意見をもらいたい。 稼働は、一度も止まっていないので満足している。
		納品資料・マニュアルの文章校正や表現は適切でしたか。	2	
		納品後安定稼働していますか。	3	
		サポートの対応は適切に行っておりますか。	3	
4	コミュニケーション	ご要望を理解した上で適切な対応でしたか。	2	バックログ上でほとんどやり取りをしているが、その対応やわかりやすさはよし。 そもそも依頼してしまっている事柄の量がとても多いということはあると思うが、連絡をしたいタイミングで連絡が取れないことが多々あった。 また、当方の要望を理解しようとする姿勢は大変感じるが、やはり理解不足を感じる局面は多々ある。
		ご質問に対する確且わかりやすく回答できていましたか。	3	
		ご依頼に対し期限を事前に提示し、期限を守っていましたか。	3	
		口頭での決定事項はメールでお送りすることで認識を共有できていましたか。	3	
		弊社社員間で十分な情報共有がされてきましたか。	2	
5	マナー	弊社社員から先に気持ち良い挨拶をしていましたか。	4	担当者の変更が何度あったが、どの担当者も気持ちよくコミュニケーションしてくれている。
		適切な言葉遣いが出来ていましたか。	4	
		服装・身だしなみに清潔感がありましたか。	4	
6	その他			担当者の入れ替わりが複数回あったので、社内共有などに若干の不安がある。
7	ご要望			当方にとって、多少デメリットなことでも、将来的に必要となること、メリットになることであれば、積極的にときには強めでも良いのでどんどん提案してほしい。
8	その他ヒアリング			SEOの強化をしたいと考えている。

年度ごと(2016年度/2017年度/2018年度)のスコアと考察を掲載します。

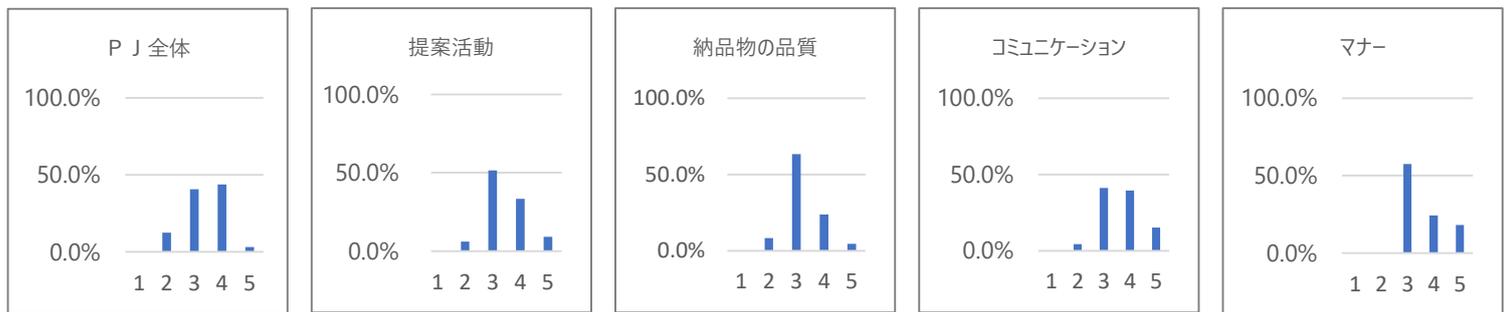
【2016年度】

■各項目の平均/最高/最低スコア

5:期待をはるかに超える 4:期待以上 3:期待とおり 2:期待より劣る 1:期待よりはるかに劣る

	PJ全体	提案活動	納品物の品質	コミュニケーション	マナー
平均スコア	3.4	3.5	3.2	3.6	3.6
最高スコア	5	5	5	5	5
最低スコア	2	2	2	2	3

■各項目のスコア分布



✓テーマ

売り上げ目標を設定せず、無限投資でサービス提供に注力しました。
 全社で業務時間の5%をサービス力向上のために投資し、サービス接客検定や各種勉強会などのサービス力向上のための取り組みを行いました。

年度	テーマ	目指す姿
2016年度	「ホスピタリティ最優先」	IT業界で日本一を自負している
2017年度	「ホスピタリティ×プロフェッショナルサービス = 収益の最大化」	サービスに関する何かで日本一と認知される
2018年度	「サービス改善力 IT業界No.1」	サービス力日本一として影響力がある

✓良い

年間を通じて、全項目において平均スコア3以上の水準がキープでき、3年間でも最も高いスコア結果となりました。

✓悪い

スコア分布にムラがあり、項目ごとの提供品質に差がありました。

【2017年度】

■各項目の平均/最高/最低スコア

5:期待をはるかに超える 4:期待以上 3:期待とおり 2:期待より劣る 1:期待よりはるかに劣る

	PJ全体	提案活動	納品物の品質	コミュニケーション	マナー
平均スコア	3.0	3.2	3.1	3.2	3.5
最高スコア	4	4	5	4	5
最低スコア	2	2	2	1	3

■各項目のスコア分布



✓テーマ

限られた工数や時間内でサービス力を発揮し、顧客満足を向上することにこだわり、“サービス”と“収益”両面の最大化にチャレンジしました。

年度	テーマ	目指す姿
2016年度	「ホスピタリティ最優先」	IT業界で日本一を自負している
2017年度	「ホスピタリティ×プロフェッショナルサービス = 収益の最大化」	サービスに関する何かで日本一と認知される
2018年度	「サービス改善力 IT業界No.1」	サービス力日本一として影響力がある

✓良い

前年度課題であるスコア分布のムラが少なくなり、どのプロジェクトにおいてもお客様に一定以上の品質提供できる状態に近づきました。

✓悪い

前年度と異なり、有限投資でのチャレンジだったので、最高スコアの値は相対的に下がりました。

【2018年度】

■各項目の平均/最高/最低スコア

5:期待をはるかに超える 4:期待以上 3:期待とおり 2:期待より劣る 1:期待よりはるかに劣る

	PJ全体	提案活動	納品物の品質	コミュニケーション	マナー
平均スコア	3.3	3.0	3.1	3.2	3.5
最高スコア	5	4	5	5	5
最低スコア	2	2	1	1	3

■各項目のスコア分布



✓テーマ

満足度調査におけるお客様から弊社へのフィードバックをもとに、日々の業務やサービス力の“改善”に重きを置き活動しました。

年度	テーマ	目指す姿
2016年度	「ホスピタリティ最優先」	IT業界で日本一を自負している
2017年度	「ホスピタリティ×プロフェッショナルサービス = 収益の最大化」	サービスに関する何かで日本一と認知される
2018年度	「サービス改善力 IT業界No.1」	サービス力日本一として影響力がある

✓良い

前年度同様の有限投資でありながら、最高スコアの値は、無限投資の2016年度とほぼ同等レベルになりました。

→“改善”にコミットし継続することが、顧客満足を向上するための重要なファクターであると言えます。

✓悪い

最低スコアの底上げは今後の課題です。

お客様のフリーコメントをご紹介し考察を掲載します。

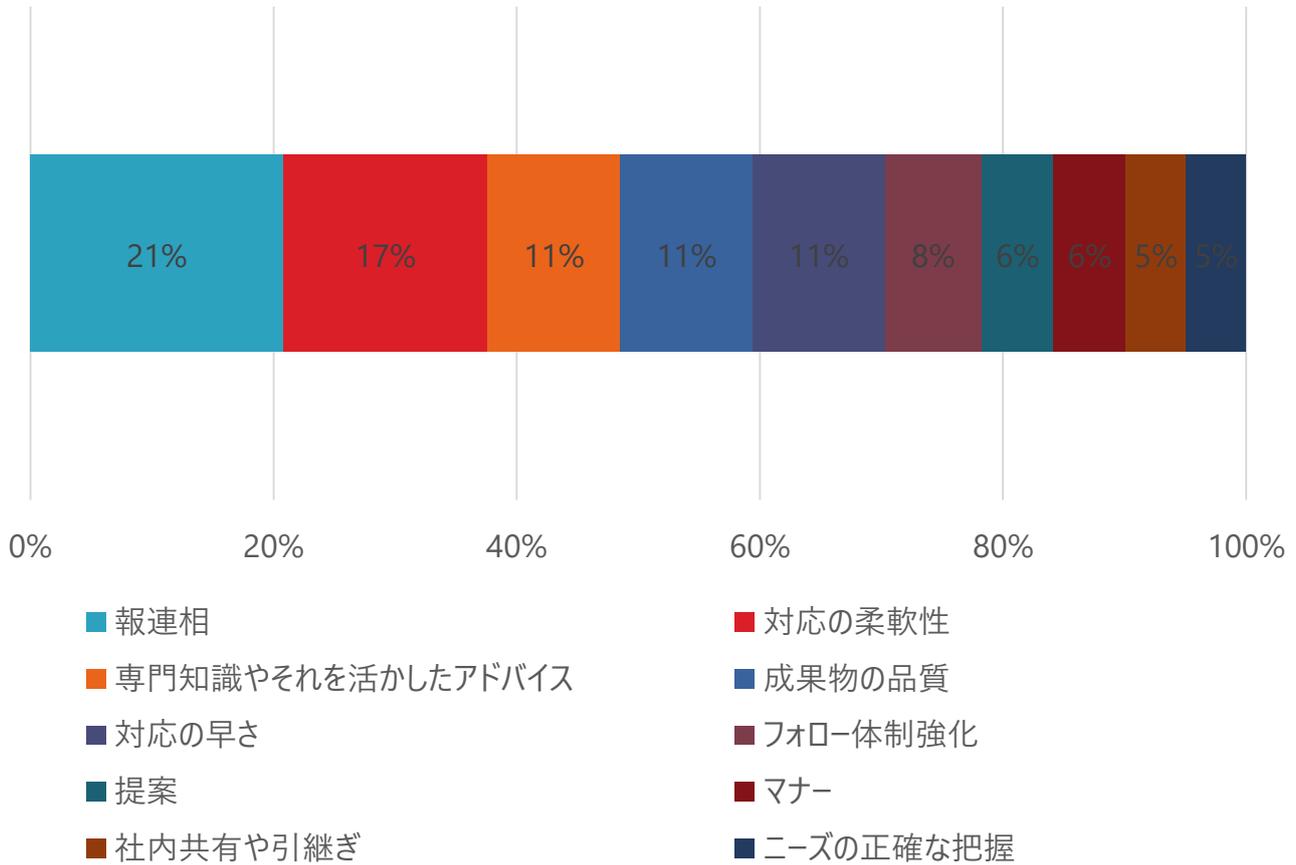
お客様からいただいたフリーコメントは、コメント内容を基にカテゴライズした下記の10カテゴリに分類しました。

その上で、カテゴリごとに良い・悪い・要望の観点でコメントを分類し、それらの傾向が意味すること、今後どうすべきか等を分析しました。

No.	カテゴリ	定義（該当するコメントの要素）
1	報連相	メール・電話・MTG連絡の頻度や、相互認識の確認、進捗報告、意思疎通について記載されたもの。
2	対応の柔軟性	意見を汲み取る、代替案、ケースバイケース、ちょっとした気遣いや工夫について記載されたもの。
3	専門知識やそれを活かしたアドバイス	技術者、ITのプロとしてという観点で記載されているもの。
4	成果物の品質	ドキュメントから納品物を含むプロジェクトに関わるあらゆるアウトプットに対する評価が記載されたもの。
5	対応の早さ	連絡や進捗、問題解決におけるスピードについて記載されたもの。
6	フォロー体制強化	相談環境、人数、担当者、アフターサポートなどについて記載されたもの。
7	提案	さらなる提案がほしいという内容が記載されたもの。
8	マナー	対応の丁寧さや人柄、礼儀などについて記載されたもの。
9	社内共有や引継ぎ	社内共有の有無、引継ぎ状況について記載されているもの。
10	ニーズの正確な把握	ニーズや想いの把握、及びそれを反映したアウトプットに関して記載されているもの。

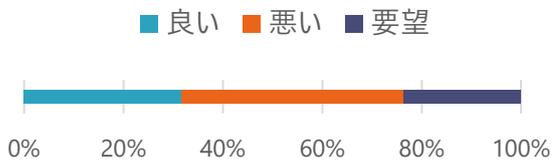
グラフは、お客様からいただいたフリーコメントのカテゴリ別割合です。
割合が高ければ高いほど、そのカテゴリに対するお客様のコメントが多いことを表しており、関心度が高いカテゴリということが分かります。

■ カテゴリ別割合



次頁からは、各カテゴリにおけるフリーコメントの抜粋を、良い・悪い・要望の観点からご紹介します。

報連相

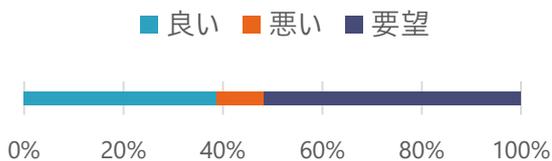


✓良い
 「進捗管理、課題管理、議事録を出してくれたこと、会話形式の議事録がよかった」
 「メールの受信連絡がありがたかった、安心できた」

✓悪い
 「会えなくても電話だけでもフォローしてもらいたい」
 「質問に対して、確認が欲しかった。後でずれが生じた」

✓要望
 「問合せに対して進捗状況を共有をしてくれると評価を上げられる」
 「催促しなくても定期的に連絡してほしい」

対応の柔軟性

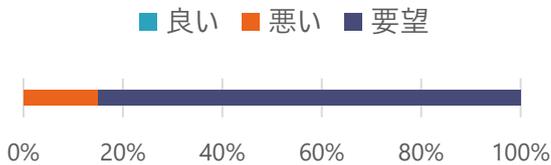


✓良い
 「テクニカルな知識も持っており、聞いたことにその場で回答してもらえる」
 「オーダーを鵜呑みにせず正しくないときは代替案を考えてくれた」

✓悪い
 「ステータスの管理の仕方（やってます）など工夫がほしかった」
 「口頭でのやりとりもフローチャートに追記してほしい」

✓要望
 「何を要望したらいいのかわからないので、この状態を汲み取って対応お願いしたい」
 「システムがわからない人間にもわかるような提案をお願いしたい」

専門知識やそれを活かしたアドバイス



✓悪い

「AWSのプロとしてのサポートを期待しているが、説明不足の点が不満」

「サーバについて明瞭な提案（コスト、何が必要等）が欲しい」

✓要望

「AWSのプロとしてのアドバイス提案がほしい、新技術へのリプレイスなど常にBestを提案してほしい」

「一般的には気づかないプロの視点で、一歩踏み込んでこうすべきの指摘やアドバイスがほしい」

成果物の品質



✓良い

「導入にあたるトラブルがゼロ。想定以上の安定稼働」

「追加のオーダーにも工数内でスピーディーに対応してくれたのがよかった」

✓悪い

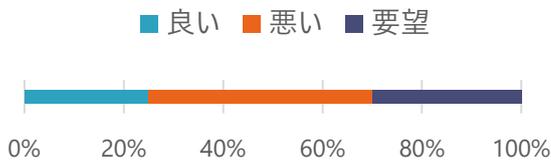
「チェックリストに漏れがあった、カスタマイズした人しかわからず困った」

「思ったよりもプロジェクトにおいて目的が達成されていない」

✓要望

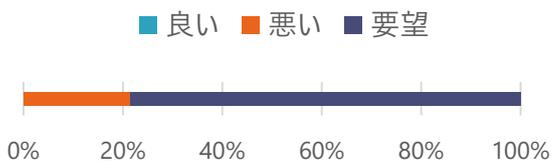
「納品物の改良をお願いしたい」

対応の早さ



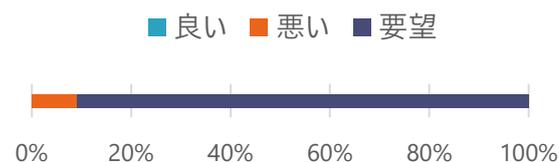
- ✓ 良い
「提案にスピード感がある、わかりやすい」
「素早い問題解決が良い」
- ✓ 悪い
「期限に間に合わない、明日期限といわれると困るので早めのリマインドが欲しかった」
「すぐ連絡をとりたい時に連絡がとれなかった」
- ✓ 要望
「資料の事前送付があるとよい」
「問合せに対するレスポンスを早めてほしい」

フォロー体制強化



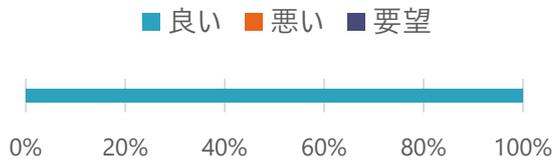
- ✓ 悪い
「担当者が短いスパンで入れ替わり不安」
「複数にメールをしたにもかかわらず誰からも返事がないのは企業としていかがなものか」
- ✓ 要望
「新規案件に対応できるか、リソースやスピード感で不安を感じるので頼みやすいように払拭してほしい」
「リソース不足で新規案件を断られたことがあったので残念、断る場合も早く回答が欲しい」

提案



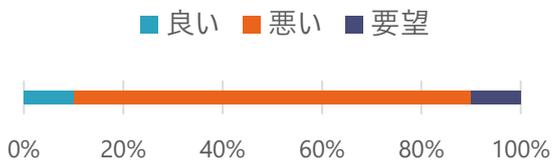
- ✓ 悪い
「積極的な提案がない状態のときがあった」
- ✓ 要望
「コストがかかってもユーザーにとってメリットがある提案はしてほしい」
「当社のことを良くご存じなので予算をおさえて新しいシステムに入れ替える良い提案がほしい」

マナー



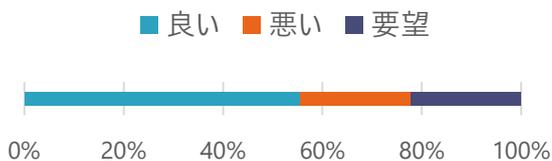
- ✓ 良い
「対応がおちついている」
「同業他社と比べて礼儀正しい」

社内共有や引継ぎ



- ✓ 良い
「社内情報共有があり安心できた」
- ✓ 悪い
「引き継ぎでトラブルがあった」
「IDS内の社内情報共有について、担当者変更による不便」
- ✓ 要望
「ある程度長く同じ人に担当してもらいたい」

ニーズの正確な把握



- ✓ 良い
「ユーザーの思いに沿った提案をしてくれる」
「他社からはないようなオリジナルの提案が出てきて検討の幅が広がった」
- ✓ 悪い
「提案内容が要望や現状を汲み取ったものでなかったのが残念」
「ほしい提案内容が出なかったことがある」
- ✓ 要望
「要望に対しての提案力を上げてほしい。(説明不足も含めて汲み取って)」

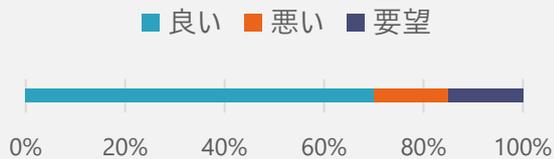
それぞれのグラフデータは傾向別に大きく3分類できます。

【サービス品質の評価（良い・悪い）に直結するカテゴリ】

報連相



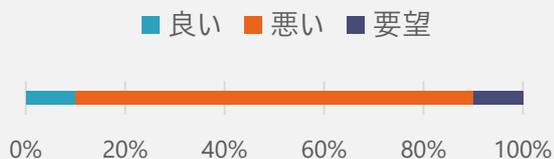
成果物の品質



対応の早さ



社内共有や引継ぎ

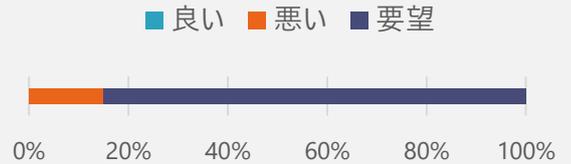


ニーズの正確な把握



【潜在的なニーズの高いカテゴリ】

専門知識やそれを活かしたアドバイス



フォロー体制強化



提案



【例外的なカテゴリ】

対応の柔軟性

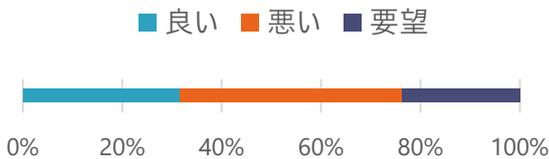


マナー

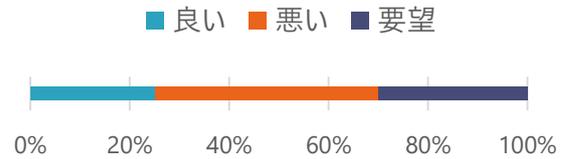


【サービス品質の評価（良い・悪い）に直結するカテゴリ】

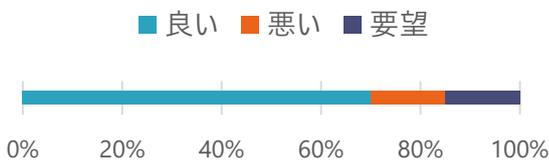
報連相



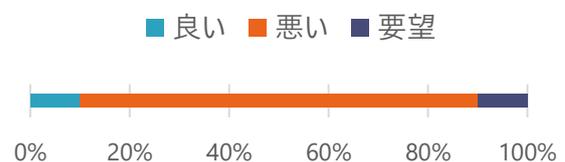
対応の早さ



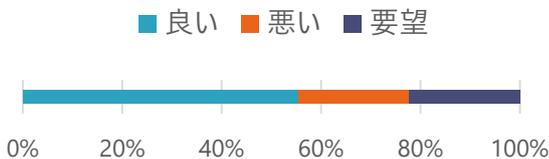
成果物の品質



社内共有や引継ぎ



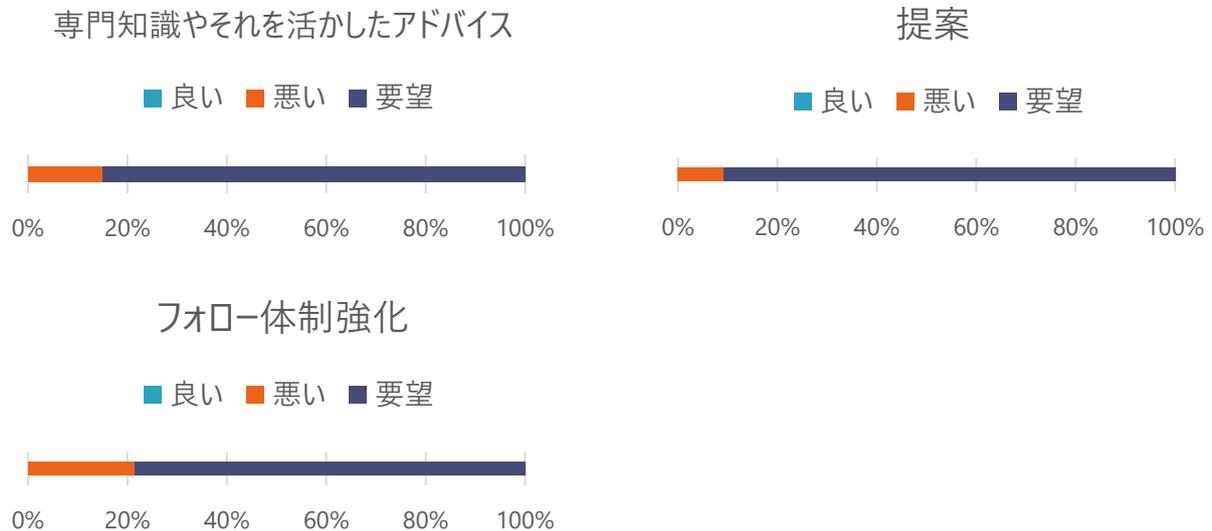
ニーズの正確な把握



✓ 「報連相」、「成果物の品質」、「対応の早さ」、「社内共有や引継ぎ」、「ニーズの正確な把握」の5つのカテゴリは、要望ではなく、評価（良い・悪い）がはっきりと出る項目です。サービス品質に対する評価（良い・悪い）のコメントが50%以上を占めていることから、「出来ていないのでもう少しやってほしい（→要望）」「できているのでさらにやってほしい（→要望）」ではなく、「出来てないので悪い（→悪い）」「できているので良い（→良い）」の軸で判断されるカテゴリ属性であることが分かります。

✓ これら5つのカテゴリは、どれも顧客満足を形成する上で代表的かつ基本的なカテゴリです。これら5つのカテゴリにおいて、お客様の期待を裏切ってしまうことは、サービス品質の評価において非常にクリティカルであるということが言えます。

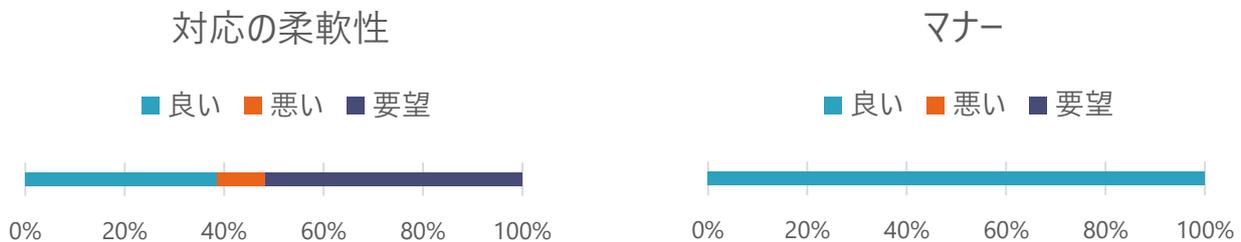
【潜在的なニーズの高いカテゴリ】



✓ 「専門知識やそれを活かしたアドバイス」、「フォロー体制強化」、「提案」の3つのカテゴリは、前頁とは反対に、要望のコメントが50%以上を占めていることから、「出来ていないのでもう少しやってほしい (→要望)」「できているのでさらにやってほしい (→要望)」の軸で判断されるカテゴリ属性であることが分かります。

✓ これら3つのカテゴリは、前頁の様なクリティカルなカテゴリではありません。しかし、お客様の潜在的なご要望に応える・付加価値の創出という観点では、非常に重要なカテゴリとなります。なんとなくこうしてほしいという構想はあるにしろ、言語化が難しくオーダーとして挙げる事が出来ないでいるというお客様もいらっしゃいます。このような想いに応えることが、より確かなレベルでの顧客満足実現や感動をお届けすることに繋がるからです。

【例外的なカテゴリ】



✓
 まず、「対応の柔軟性」について、他のカテゴリと違い、サービス品質に対する評価（良い・悪い）のコメントと要望のコメントの比率が1:1になっています。出来ていない場合は、「出来ていないので悪い（→悪い）」ではなく「出来ていないのもう少しやってほしい（→要望）」となり、出来ている場合は、「できているのでさらにやってほしい（→要望）」ではなく、「出来ているので良い（→良い）」と判断されるカテゴリ属性であることが分かります。柔軟性を持った対応をすることで、お客様に、よりダイレクトに喜びや感謝を感じていただけます。

✓
 次に、「マナー」について、他のカテゴリと違い、「良い」のコメントしかありません。こちらに関しては、どのプロジェクト、お客様に対しても、文句なしに満足いただける品質が提供出来ていると読み取れる一方で、マナーはコミュニケーションにおける基本であるが故に、出来ていて当然で、一方で出来ていなければ悪い評価につながる項目であると考えられます。

弊社の改善活動についてご紹介します。

CSインタビュー実施後、社内の改善会議で改善に向けた次のアクション検討を行い、下記サンプルの様な「CS向上Actionシート」を作成します。

「CS向上Actionシート」の内容をお客様にコミットし、実際に改善活動を行います。

また、改善のための施策をまとめるだけでなく、お客様に高く評価いただいたポイントは、他のプロジェクトでも実施できるよう、評価されたポイントを洗い出し、標準化・展開していくための施策も合わせて検討します。

■ CS向上Actionシート（サンプル）

インタビュー日	2019/xx/xx
お客様名	株式会社〇〇
インタビューご回答者様	〇〇〇〇様
プロジェクト名	〇〇対策環境構築プロジェクト
プロジェクト担当者	〇〇、△△

質問内容	褒められポイント	他のお客様に広げるには	期日	担当者	完了チェック
プロジェクト全体	期日、納期堅守	提出、構築等のスケジュールを立て、お客様と合意する。	xx/xx	〇〇	
品質	納品物の見易さ	評価されたポイントを洗い出し、マニュアル化する。	xx/xx	〇〇	
コミュニケーション	対応の早さ	質問頻度の高い内容などはあらかじめQ&A集を作っておく。	xx/xx	△△	

質問内容	要望・課題	対策・NextAction	実行可否	期日	担当者	完了チェック
提案活動	サイトのあるべき姿の提案が不足している	PJや部門を跨いで横断的に課題の洗い出しなどを行う		xx/xx	△△	
コミュニケーション	PJ参加メンバー全員の意見を把握しきれていない	都度、最適な運用方法を見直す まずは、お客様と運用面での要望や改善点を合意する →その後PJメンバーと運用方法見直し		xx/xx	〇〇	
コミュニケーション	PJ参加メンバー全員の意見を把握しきれていない	質問頻度の高い内容などはあらかじめQ&A集を作っておく。		xx/xx	〇〇	

さらに、コミットした改善活動実施を開始してから3ヵ月後に、お客様に対し、実際に改善を感じられたかどうかのヒアリング調査をします。

まずはアンケートの質問項目ごと、次に項目を総じて、改善に満足いただけたかどうかをヒアリング調査します。

ヒアリング内容は下記のサンプルのようにまとめて、「CS向上Actionシート」に加えます。

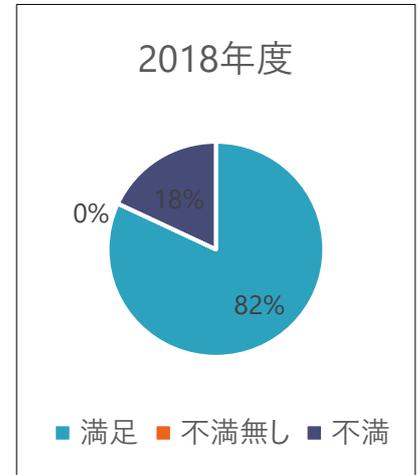
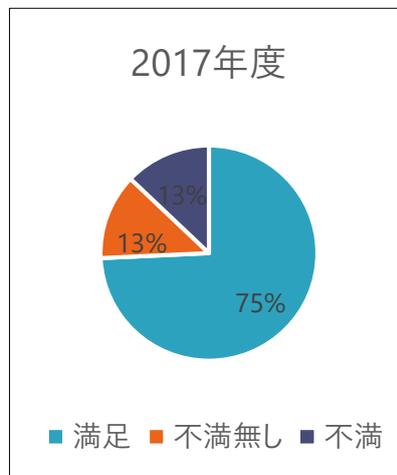
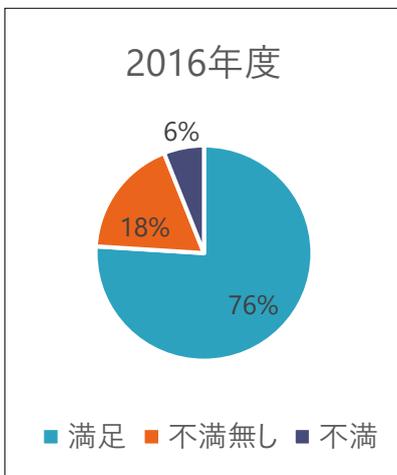
改善確認実施日	質問事項	お客様コメント	備考
xx/xx	期日、納期堅守	提出、構築等のスケジュールを立て、お客様と合意する。	
xx/xx	納品物の見易さ	評価されたポイントを洗い出し、マニュアル化する。	
xx/xx	対応の早さ	質問頻度の高い内容などはあらかじめQ&A集を作っておく。	

3ヵ月後のヒアリング調査では、過去3ヵ年通して、多くの割合で満足のお声をいただいています。(下記グラフ参照)

「満足」「不満なし」「不満」いずれの回答にせよ、社内でフィードバックを行います。

「不満」のお声には、もちろん再度改善施策を検討し、「満足」「不満なし」のお声には、更なる顧客満足向上のための施策を検討します。

このような一連のPDCAを回し、継続的に顧客満足を追求しています。



前述より、下記は顧客満足実現のための重要なステップと言えます。

- (1)
日常的に社員全員が、サービス力の構成要素(ビジネスマナー、コミュニケーションスキル、IT技術スキル等々)の基礎を強化し、評価とブラッシュアップを繰り返すことで、属人的な成果に依存しない、お客様へ提供できる品質や範囲に限界を作らない組織作りをする。
- (2)
サービス品質の評価（良い・悪い）に直結するクリティカルなカテゴリ（「報連相」、「成果物の品質」、「対応の早さ」、「社内共有や引継ぎ」、「ニーズの正確な把握」）である基本的な部分を着実に実施することで、お客様の期待を裏切らない。
- (3)
潜在的なニーズの高いカテゴリ（「専門知識やそれを活かしたアドバイス」、「フォロー体制強化」、「提案」）においてお客様の要望に応え、さらにお客様自身が気づいていない潜在的な要望にも応えることで期待を越えていく。
- (4)
常に“改善し続けること”を通して、時代や環境の変化に伴い変化する顧客のニーズに並走しタイムリーに対応することで、お客様の感動的なユーザーエクスペリエンス実現のためになくてはならない存在になる。

お客様は、サービスマンとしても、技術者としても高い品質を常に求めています。厳しいご意見も多々いただきますが、同時にお褒めのお声も沢山いただいております。そのようなお客様のお声がダイレクトに聞こえることは間違いなく改善成長の励みになっています。我々は常にお客様の声に耳を傾け、プロとしての技術と最高のおもてなしをお届けするために、ホスピタリティ×ITプロフェッショナルというテーマを掲げ、これからも取り組み続けます。