



リニューアル版 ラップニュース

VOL.102

2011.9.1

発行：ラップ東京株式会社
http://www.raptokyo.co.jp/
(無断転載厳禁)

◎ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「真実の声」

最近ホームページや会社案内等に「お客様（利用者）の声」を掲載している会社をみかけます。今回、考えてみるのはこれらの「お客様の声」についてですが、いわゆるゆ「ロコミ」というものも含めて考えてみます。

この「お客様の声」・「ロコミ」は商品やサービスの売り上げを左右するほどのパワーを持つ、といわれていますが、最近は金銭的なポイントなどを目当てに事業者から依頼されて「お客様の声」・「ロコミ」を投稿するケースが多いようです。そのような「お客様の声」・「ロコミ」は、真実の声とは言えないものが含まれていることがあります。が、あちこちで情報収集しているお客様は賢いですから、それが真実の声なのかどうかを見極めていると思います。結果的にそのようなものを掲載すると逆効果になる可能性もあるかもしれません。

自社で発信している「お客様の声」のページを閲覧してみてもほとんどが良いことしか掲載されていないことに気が付きまます。まれに、クレームに近い内容を掲載している会社もありますが、多くが自社に都合の良い(?)内容が多く、これが真実の声なのか?疑問に思う方もいるのではないのでしょうか?

そもそも「お客様の声」を聞くことは、お客様から様々な指摘を受けてそれをヒントにして業務を改善していくというのが目的のはずです。クレームなども吸い上げ、今後に生かすという本来の目的から離れて、自社のPRに利用しているケースが多いように思います。「お客様の声」をキッカケに自社の技術やサービスを磨くどころか、その内容や結果にばかり振り回されては、せっかくのお客様からの声を生かすきれないのではないのでしょうか。

クレームやきつい言葉などがお客様から届くと、担当者はもちろん会社全体でショックを受けることも事実です。しかし、多くのお客様はクレームやマイナス意見を残さずに黙って去っていきまます。意見をくれた、ということは期待の裏返しですから、前向きにとらえてしっかりと検討・対応していくことが、会社にとってプラスになると思います。

最終的にお客様に喜んでもらいたい評価してもらうには、自社の技術やサービス、商品力を磨き続け、お客様へ還元していくしかありません。

「お客様の声」を閲覧しているのは、将来の見込み客のはずです。それを念頭において、お客様と対話していくことが必要なのではないでしょうか。

競争が激しくなった今こそ「お客様の声」、真実の声に耳を傾け自社の良い点、改善点や問題点などを将来の経営に生かしていけるようにすることが重要だと思えます。

ご案内

ユーザーからのお問合せメールを見逃していませんか?

いつもパソコンを起動していない、メールが届いているか確認するのが業務終了後になってしまう...

そんなお客様へ。

当社の「携帯お知らせメール」をご利用ください。

ホームページのお問合せからメールが届いたら携帯へ知らせます。

メールの内容全部を携帯へ送ることも可能。

詳しくは、ラップ東京

TEL:042-349-3535 までどうぞ!

※ご利用サーバーによっては設定できない場合があります。詳細はお問合せください。