

感動新聞 平成22年9月号 発行者 細川栄一

皆様、お元気ですか？ 笑顔、元気、素直、そして明るい挨拶が一番です。これからもよろしく願い申し上げます。ビジネス経営の最前線で頑張っておられる方の役に立つ情報となればと思います。喜んで頂ければ幸いです。

感動とは？

「期待を裏切ること、どんなことか？」

感動するサービス

顧客満足とは、どういうことか？

という講義や解説があります。(私も講師として言っていますが・・・)
でも、なかなかそんなことはいつも現実には出来ることではありません。

顧客の事前期待を上回り(裏切り)、商品やサービスを受け取った事後に、事前に期待していた以上のレベルの満足を与えることと言います。(講師の立場としては私もそうっております)
そうすると口コミや紹介、リピートにつながり、客数アップになる。
教科書的には正しく、間違いはありません。

しかし、現実問題として、現場ではいつも精一杯の努力をしても、顧客が期待以上の満足になることは、不可能なことが多いことも事実です。

では、どうすればいいのか？
それは...顧客の立場になればいいのです。

「もし、自分が顧客の立場だったら、どうしてくれたら嬉しいのか？」

視点・立場を売り手(自分)から、買い手(相手)に切り替えることです。

今日、近くの梨農家に少し規格外の「お買得品」1000円の袋を買った時のことです。

おまけに、2個の梨をサービス(おまけ)で入れてくれたのです。

つい「ありがとう！」という一言が...

そして完熟した梨を試食させてくれた。

ラッキー！

人間って単純ですね。

(人間はおまけという言葉に弱いものです！)

ちなみにクリーニングの受付の、太っちょおばちゃんは「おまけね！」の言葉をいつも連呼します。

そのおばちゃんを、何故か？好きになっている僕ちゃんがいます。

そして本日の顧問先の美容室での幹部ミーティングで、こんな話がありました。

あるお店では、この夏の暑い時期に、お客さんにカキ氷のサービスをしています。

女性店長のアイデアです。

お客さんには大好評です！

この暑い中にわざわざお店まで来てくれたお客さんに少しでも...喜んで欲しい！

そんな思いからです。(素晴らしいですね。パチパチ)

顧客の立場に立ったら...どんなに嬉しいか？

暑い中に、歩いて美容室まで行ったら...涼しいカキ氷でクールダウン！

この夏、ガリガリ君が飛ぶように売れている。

(ツイッターによると、口コミで大評判！私もガリガリ君のファンになりました)

今、売れている商品やサービスから自社に置き換えれば色々とヒントがあります。

何故売れているのか？

その理由は？背景は？顧客の価値観は？なにかと考えれば商売繁盛のヒントがある。

真のマーケティングは顧客からスタートする。

すなわち顧客の「現実・欲求・価値からスタート」する。(PFドラッカー、マネジメント)