

「顧客にどんな気持ちになって欲しいか」

参考著書「9割をリピーターにするディズニーランドの人の育て方」草地真 ばる出版

小売り・サービス業の現場では「お客様の立場に立って」「お客様のために何が出来るか」を常に考えるように言われます。

しかし、サービス提供者としての一番の喜びとはなんでしょうか？
それは「お客様の喜ぶ顔が見たい」ということではないでしょうか。

重要なことは、どうすれば「お客様の喜び」を本当に感じ、サービス提供者としてのやりがいを感じられるか、感じられるチャンスをいかにつくれるか、ということです。

いくら口だけで、「お客様の求めることを」「お客様の立場に立って」などと繰り返しても、働く人間には響きません。

あなたは、あなたが接客した顧客やあなたが担当する取引先相手の方が、本当に喜んでいる顔を見たことがあるでしょうか？

また、もしあなたが経営者や組織の長の立場だったら、あなた自身はもちろん、部下のメンバーにそのような「仕事の喜びを実感」できるような場面や環境を用意するように努力しているのでしょうか？

サービス業の仕事は辛いものです。

顧客の理不尽な要求や辛いノルマもたくさんあります。

しかしそうした中に、何かひとつでも喜びややりがいを感じられるとしたら、それはやはりサービスを提供した相手の喜ぶ顔を見て、自分がやってきていることが「人の役に立つんだ」「人を喜ばせているんだ」ということを実感するときではないでしょうか。

冒頭の言葉にもあるように、自分たちのサービスや仕事によって、

受け取る顧客は「どんな気持ちになるか」という想像力、そして「どんな気持ちになってほしいか」という思いが、「カスタマーファースト」の原点です。

そしてそのような思いを感じるためのしくみや仕掛けを設定することで、セルフモチベーションが高まっていくのです。

最近、「満足」という言葉と「幸福」という言葉の違いを感じています。

時代環境の流れから考えると…

CS顧客サービス

CS顧客満足

そして現在はCE顧客との関係性がより重要になったのではないのでしょうか？

真の顧客満足とは…こんなことではないのでしょうか？

顧客その人に**満足の主体**があり、こちらにあるのではない！

こちらの立場は顧客がその満足を**最大限に拡大することを支援する**。

—— **自社(自分)の主体性**が顧客の主体性を引き出すこと、これが**真の顧客満足**。

心からの満足は、心からの感動とその共感をもたらす！

満足して頂けたことに共感する！その共感している心に顧客は共感する！—感謝の共鳴・共振

顧客満足のCSと顧客サービスのCSは全く異なる！

CSは営業現場における単なる接客手法やサービスではない！

——能力技術から思考戦略のアプローチと視点の転換が求められる