

ミス・クレーム・トラブルの未然防止ならびに大巾コストダウンに貢献！

『顧客づくり』『顧客つなぎ』『顧客つづき』の「女神のサイクル」による「業績＝顧客の支持率達成！」磨き上げた独自の調査手法と分析のノウハウは国内外企業のご発展に貢献・多大な成果とご評価をいただいています。

## 顧客「不満足度調査®」セミナーご案内

「顧客の『不』＝宝物」を浮彫りにする設計・分析の呼称であり、当名称はどこにも記載していません。

会期：2019年**6月27日(木)**

時間：10:00～16:30

費用：18,000円（昼食代含む）＋消費税

会場：東京・渋谷SI（エスアイ）ビル・渋谷区渋谷1-1-11 SIビル電話：03-5485-1152

講師：武田 哲男 顧客サービス研究所（株）武田マネジメントシステムズ 代表取締役

- 目的：**
- ①市場規模は縮小し続け、各業種が衰退の一途をたどっています。だからといって多角化を目指すものの殆どが失敗。それでは具体的にどうしたらよいのか？成功事例と共にお伝えします。
  - ②「**企業ブランド崩壊を招くクレーム・トラブル発生**」による想像を絶する多大な失費、顧客離脱の未然防止と方法、真のコストダウンと共に企業発展に貢献する取組みを事例と共に実践的に解説します。
  - ③「**顧客との良質で永いご縁の創造**」が大切。取組み方、進め方、成功の秘訣を事例と共にご案内。
  - ④「**業績＝顧客の支持率達成！**」が重要。成功の秘訣を実践的・具体的にご案内します。

- 対象：**
- A. CS・CSM（CS経営）・商品・サービス・システム・設備品質等にお取組みの皆様
  - B. 企業ブランド崩壊を生む不測の出来事、事前・事後の社内規律、CSRなどに関わるお仕事の皆様
  - C. 新製品・新サービス開発に顧客の「不」が役立つ方法を具体的に得たいと思っていられる皆様
  - D. 「**業種衰退時代に成功する多角化**」の秘訣を得て新たな事業発展に貢献したいとお考えの皆様
  - E. モノづくり・サービス業の「**分業・モジュール化**」が限界！と認識し、「**新展開**」をお考えの皆様
  - F. 従来の調査結果にジレンマを感じ、実質的な成果を求めていらっしゃる皆様

- こんな課題を お持ちの方に お勧め**
- I. 顧客自身が知覚していない「**真の顧客ニーズ・シーズ**」を得て、企業発展の成果に結びつけたい
  - II. 業種衰退化時代の失敗が多い事業多角化を成功に導く秘訣を知りたい
  - III. コネクト→プラットフォームではすでに同質競走、真に成果を得る手段・方法「**融合**」を知りたい
  - IV. ステークホルダーの満足と幸せ創造による「**顧客との良質で永いご縁の創造**」で企業発展を図る
  - V. 満足度の点数と業績が連動する実践的な取組を目指している

### プログラム

- 【1】いま、なぜ「不」が重要か**
1. 顕在ニーズの把握だけでは同質競走・衰退化
  2. 顧客自身が知覚していない潜在ニーズの把握方法
  3. 顧客満足度80点は世間相場・平均点をご存知？
  4. 点数と課題に応じた取組み
- 【2】企業環境の変化**
1. 産業革命以来の「分業・モジュール化」に限界
  2. 「業種は衰退の一途」だが多角化の殆どは失敗
  3. 業種衰退時の「多角化成功の秘訣」
  4. 諸外国に勝る「日本流・おもてなし文化」導入
- 【3】真の顧客理解が出来ずに顧客の満足創造はムリ！**
1. 顧客を「知る」「分かる」「出来る」方法
  2. 顧客情報を「集める」「蓄える」「活用する」
  3. 「顧客づくり」「顧客つなぎ」「顧客つづき」
2. 新製品・新サービス・新システム等の開発
3. 全組織の品質管理、品質保証
  4. 顧客の「プラスのロコミ」「紹介意向」の促進
- 【4】顧客不満足度調査**
1. どこに特色があるのか
  2. 企業が不満足度調査を採用する真の理由・目的
  3. 調査結果の捉え方と実活動への結び方
  4. 調査規模・予算に応じた調査票の設計・分析
  5. 顧客との良質で永いご縁の創造
- 【5】「業績＝顧客の支持率」達成！**
1. 高度情報化時代の顧客満足創造
  2. 「つなぐ」「集める」そして高付加価値・相乗効果
  3. CS・ES好循環（SPC）と「正しい働き方改革」
  4. 「人材」と「人財」の取組み ほか

お問い合わせ先：お申し込み書添付 株式会社武田マネジメントシステムズ e-mail：info@service-lab-tms.co.jp