

顧客満足度アップのカギ

観光ホテル業界は、価格競争、設備投資競争が激化しています。老舗のAホテル経営者は今以上にお客さまに満足してもらうにはどうしたらいいか、中小企業診断士に相談することになりました。診断士が調査した結果、一人ひとりのお客さまの情報に従業員が共有化し、接客場面に生かす必要があるという結論を出しました。具体的には、予約時からお帰りになるまでのお客さまとのやりとりを、パ

「した」。状況が目に見え、かぶような記述です。従業員は皆、その子館内で見かけると「大丈夫だった」「えらかったね」と声をかけました。両親は帰り際「従業員全員の気配りがきいていて、感動しました」と話してくれました。

また客室係が部屋に案内する際、かんきつ系の果物が好物であることを耳にしました。それをパソコンで知った別の食事接客係が食事時に地元特産のかんきつ類をお出ししました。何げない会話から思いもかけないサービスが受けられ、お客さまはとても感激したそうです。

【診断士目】

ソコンのメッセージで誰もが書き込み、見られるようにするのは、

そのホテルでは、女将が宿泊客の部屋すべてにあいさつにまわります。その時に気付いたことをパソコンに打ち込み、従業員に報告しました。ある家族連れについての書き込み。「〇〇さんの3歳のお子さんは、来る途中で車のドアに手を挟みペソをかいていました。痛かったでしょう？と言ったら、思い出したように泣き出しま

自社の客を大切にすること。当たり前のことです。でも消費者には選別肢が多く、移り気な気持ちやいつも自社に向かせておくことが大変な時代となりました。今さらながら、顧客満足(CS)活動を多くの企業が熱心に行っています。その時に重要なキーワードは、顧客にこう思わせることです。「わたし(当社)はあなたのことをよく知ってますよ」。

(中小企業診断士・東條裕一)

接客時の情報を旅館中で共有