

顧客満足度を可視化し、更なるお客様の満足につなげる

天満屋ストアさま HappyOrNot 活用事例

天満屋ストアさまは『天満屋ハピータウン』『天満屋ハピーズ』『シネマタウン』『でりか菜』など岡山、広島、鳥取エリアで、食料品、生活用品、衣料品の小売業(チェーンストア)を約50店舗展開している。 「ちょっとお洒落な！豊かさのある生活提案を」をテーマに中国エリア有数の量販店として、より良い商品をお客様に提供することで地域社会のお客様に貢献されています。



天満屋ハピータウン



天満屋ハピータウン食品売場



小売業を取り巻く環境は今までにないスピードで変化すると同時に、お客様の価値観も多様化している中で、店舗競争力の強化は重要なテーマです。商品力はもちろん、販売力とサービスの向上が天満屋ストアさまの目指す「豊かな生活提案」には欠かせない課題の一つでした。天満屋ストアさまでは、顧客の買い物体験を向上させるため、レジでの接客の覆面調査や、「笑顔いっぱい運動」の全社展開の実施など、接客の品質の向上に努めていらっしゃいましたが、定性的なフィードバックしかなく、結果が定期的に可視化・共有できていなかったため、継続的な現場の改善につながらないとの課題がありました。

そのため、現場の改善につながる顧客満足度を調査するために、定量的に測定する仕組みがないか検討されていました。お客様の声からも時間帯に応じた販売態勢の強化の重要度は認識されていたものの、具体的にどこに問題があるか現場も本部も把握することは困難でした。

そこで、顧客満足度を数値で把握し、現場での改善施策での活用を実現したのが HappyOrNot の顧客満足度測定サービスです。

顧客満足度を常時数値にて測定し、満足度の下がる曜日や時間帯を特定し、対策を打てるようにしました。また、特に数値の変動が大きいときには日付と時間を掘り下げて、満足なお客様や不満なお客様の割合を把握できるようになりました。

現在は大規模店舗である「天満屋ハピータウン」、食品を中心とした「天満屋ハピーズ」の2店舗で展開されています。



店内のスマイリーターミナル①



店内のスマイリーターミナル②

「今まで定性的で限定的にしか測定できなかった顧客満足度が定量的にわかるということがポイントでした。4つのボタンを押していただくだけで、その日のお買い物やレジでの接客がどうだったのかについて評価が分かるため、手軽に満足度を測定できるので、率直なご意見が頂けていると考えています」(天満屋ストア営業本部 部長 森さま)



活用について話し合われている森さま、川井さま、大内さま



今後の取り組みとしては、不満の多い傾向にある時間や曜日の改善によるサービスレベルの向上とスマイリーボタンの押下率の向上を挙げられています。

「現時点での測定結果は現場感覚と一致するところが多いです。ただ、押下率を上げて、より多くのお客様の声を拾えるようにすることが重要だと考えています」(天満屋ストア営業本部 次長 川井さま)

お客様とのコミュニケーション手段として、結果を貼りだしてお客様に顧客満足度向上のための取り組みを周知するなど、さらなる展開が見込まれます。



E メールレポート
日の横の数値は、59 人が「良い」、「またはとても良い」のスマイリーボタンを押下したことを示す

「お客様に継続して常時評価いただけるので、現場で改善の PDCA を回して継続的に顧客満足度向上につなげていきたいです」(天満屋ストア管理本部 次長 大内さま)

これからますます天満屋ストアさまとお客様との関係を深めるためにご活用いただける見込みです。

お問合せ先

データコム株式会社 マーケティング室 田口 mtaguchi@datacom.jp 03-5368-6250

