

THANKS

(VOL. 48)

BUSINESS NEWS LETTER

発行日：平成13年6月1日
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング
連絡先：〒359-1118
埼玉県所沢市けやき台 1-29-6-707
TEL:042-924-8774
E-MAIL：info@thanksmind.co.jp
<http://www.thanksmind.co.jp>

特集

「お客様アンケート」の実施上のポイント

前回のTHANKSでは、「お客様の声を聞く仕組み」について体系的に説明しましたが、今回は、特にその中の「お客様アンケート」にスポットを当ててみます。
前回ご紹介した事例の通り、近年「お客様アンケート」を実施する会社が増えています。皆さんのお手元にも、これまで何通か届いたことがあるのではないのでしょうか。
実は、私のある会社今年の1月に実施しました。
私自身も初めての試みでしたので、「完璧」にはほど遠かったと反省していますが、やはり実際にやってみると「ここがポイントだな」と実感することが多々あります。
ということで、今回は、当社が実施したアンケートをご紹介しながら、実施上のポイントについて説明してゆきます。
...アンケートについては4、5ページをご参照ください。

なぜ今「お客様アンケート」なのか

なぜ、今「お客様アンケート」が注目されるのでしょうか。
「お客様アンケート」の利点をまとめると以下のようになります。

お客様の意見を直接把握できる

通常、お客様の声は営業マンを通して会社に伝えられます。しかし、営業マンはその習性として、どうしても「良いことは伝えるが、悪いことは伝えない」という傾向があります。
また、お客様側としても、仮に担当営業マンに不満があっても、直接本人に話をするのを控えます。
「お客様アンケート」は通常、担当者を通さずに直接発信・収集されますので、営業マンが話を「選ぶ」ことはできませんし、また、お客様も担当者の顔を見ないので、率直な意見を書くことができます。
このように、「お客様アンケート」は、お客様の意見を直接把握できる非常に有効な手段です。

評価を数値化できる

「お客様は価格を重視する」、「お客様は当社のサービスに対して不満を持っている」等々、会社の中でよく聞く話です。
しかし、こうした話は抽象的で、「どの程度」というレベルは分かりません。
そして、レベルが分からないと、聞いている方も実感が沸きません。
例えば、「不満」という一言にしても、100点満点で80点なのか、50点なのかでは受け取り方が全く異なります。
80点ならば、「まあ、こんなものかな」と思いますが、50点だったら、「こりゃ本当にまずいぞ」と焦るでしょう。
このように社員の意識を合わせるためには、お客様の評価を「数字」で表わすことが大切です。
そして「お客様アンケート」は評価の「数値化」にとっても有効です。

評価を定点観測できる

お客様の意見を真摯に聞いて会社を改革したとしても、それがお客様からどう受け止められているかは分かりません。

自分としては一生懸命努力しても、お客様は「何も変わっていないじゃないか」と思っているかも知れないのです。

しかし、のように、評価を数値化できれば、お客様から見て「どの程度の改善したのか」を客観的に評価することができます。

また、「3年後にはどの程度のレベルを目指すのか」という目標設定も可能です。

このようにお客様の評価を定点観測することは、会社にとって、とても重要なことです。

何を聞くのか

お客様アンケート」で最も大事なことは「何を聞くか」です。

いろいろな会社のアンケートを見ると、「満足度」だけを聞いているものもありますが、それと同じくらい重要なことが「期待度」です。

お客様は、当社のような会社に対して「どういうことを期待しているのか」。そして、そうした「期待」に対して、当社は「どの程度満足してもらっているのか」。この二つの側面から検討することにより、会社として優先的に取り組むべき課題が明確になります。

具体的には、お客様の期待が大きい項目に対して、当社が優れていることは「強み」であり、更に伸ばすことが競争力を高めるポイントです。

一方、期待が大きいけれども当社が劣っていることは「弱み」であり、早急に対策を打つことが必要でしょう。

<評価項目の設定方法>

「お客様アンケート」で難しいのは評価項目の設定です。

評価項目とは、「何に対してどの程度満足しているか」の「何に」のことです。

項目がはっきりしていないと、お客様から必ず「どのように評価して良いかわからない」というクレームを受けます。

私も項目立てについてはかなり配慮しました。

項目設定のチェックポイントは以下の4点です。

項目の漏れはないか？

アンケートには大抵「その他」の欄があり、該当する項目が無い場合に自由に記入してもらいます。

しかし、お客様はほとんどの場合、項目の中から選択しますので、項目に抜け漏れがあると、そうした項目自体の評価は行われません。

このような場合は、本当は「大事なこと」が欠落してしまいます。

今回、某社で実施した「期待度」や「満足度」は、お客様が購入先を選定する際の「検討要因」を項目にしましたが、その設定にあたっては、周囲の意見も聞いて慎重を期しました。

項目の重複はないか？

抜け漏れが無いように考え過ぎると、どうしても項目が増えてしまい、内容が似た項目が設定されがちです。

お客様から見ると、似たような項目は「どちらにつけてよいか」と迷ってしまいます。

また、集計する時も点数が類似項目にばらけてしまうと、評価自体の正確性が無くなります。

項目設定の際は、内容が重複するような項目が無いかを必ずチェックし、もしあればひとつにまとめます。

抽象的な項目はないか？

例えば、「営業マンのサポート」と言っても、お客様は「何のこと言っているのか」なかなかイメージがつかないでしょう。

こうした抽象的で分かりにくい項目の場合は「例：×××」というように、具体例を補記することがお客様にとって親切です。

各項目のレベルは合っているか？

いろいろなアンケートを見ると、選択項目のレベルがばらばらのものを目にします。

例えば、お客様のメーカー選定要因を聞く場合、「製品の品質」「品揃え」「機能」は同レベルと考えるのもよいでしょう。

一方、「営業マンの情報提供」という表現は、レベルが少し違います。

担当営業マンの良し悪しはお客様にとってメーカーを選定する際の非常に大きな要因になります。

しかし、そうした営業マンに対する評価は「情報提供」という部分的なことだけでなく、「問合せ対応」や「アフターサービス」といったことを総合したものです。

このようなことから、某社のアンケートでは、メーカー選定要因としては「営業マンの日常の支援活動」という、まとめた表現にして、さらにそうした支援活動に対する期待を深掘りするための質問を別に設定しました。

どうやって聞くのか

「お客様アンケート」の評定の付け方には以下の通り、「絶対的評価」と「相対的評価」があります。

絶対的評価

各項目ひとつひとつについて独立的に評価する方法。

(例)

××について、非常に重視するならば5点、やや重視するならば4点…。

相対的評価

各項目を総合的に見て、相対的に評価する方法。

(例)

各項目の中で最も重視することに3点、2番目に重視することに2点…。

某社の「お客様アンケート」では、「期待度」については相対的評価を用いました。

これは、「大事の中の大事」を明確にするためです。

お客様の中には、「どれも大事」と全ての項目に対して同じ評価を付けてこられた方もいらっしゃいましたが、結果的には、やはり絶対的よりも「お客様が本当に期待していること」を把握できたと思います。

一方「満足度」については絶対的評価にしました。

これは項目ひとつひとつに対して「どの程度満足しているか」は、他の項目と比較すべきものではないからです。

誰に聞くのか

アンケートの対象をどうするかはケースバイケースで検討すべきことです。

某社の場合は、現在当社と取引がある販売店様を対象にしました。

これは、某社の製品特性を鑑みると、満足度を評価してもらうためには、やはり「知っている方に聞かないと正確な結果が得られない」と判断したからです。

しかし、知名度がある会社や製品の場合は、不特定多数の方を対象にした方が、率直で客観的に評価を得ることができると思います。

<記名式にするのか / 無記名式にするのか>

某社の場合は、お客様に対するアンケート後の個別フォローを行うために「記名式」のアンケートにしました。

また、記名式にすると、営業マンも「自分が担当しているお客様から、このように評価されている」と改めて認識できます。

実際、「自分としては頑張っていたつもりなのに…」という声が結構あり、「行動改革」のためのショック療法としての効果は大きなものでした。

しかし、記名式には、お客様が「本心を書きにくい」という面もあります。

当然、自分が書いたアンケートが後で「担当営業マンに見られる」ということを意識しますので、評価が良い方向に振られます。

記名式の場合は、お客様の評価は2～3割程度、割引いて考えるべきでしょう。

どの程度聞くのか

アンケートの担当者は「どうせアンケートを実施するならば、『これも聞きたい』『あれも聞きたい』」と思いがちです。

「回答された方には図書券を進呈します！」というように物で釣れば、ある程度の返答率が期待できるでしょう。

しかし、過去、私自身が回答者だった時のことを考えると、あまりにも多くの質問があるアンケートは敬遠していました。

また、粗品を期待して書いた場合は、かなり「いい加減」な回答になりました。

やはり、回答者に負荷を感じさせない様に、ポイントを絞った質問にすることが大事だと思います。

某社の場合は、質問内容の検討時に、「5分以内で回答できること」を前提条件にしました。

《某社のアンケート》

『お客様アンケート』ご回答用紙

質問1: 製造メーカーと取り引きを行う際に重視されること

貴社が当社のような製造メーカーとお取引する際に特に重視することはどのようなことでしょうか?
以下の項目の中で、最も重視される項目に「1」、2番目に重視される項目に「2」、3番目に重視される項目に「3」をご記入ください。

項目	記入例	ご記入欄
A 製品の機能 / 差別性		
B 製品の品質 / 安定性		
C 製品の価格	2	
D 製品の納期		
E 製品の品揃え		
F アフターサービス体制 (保守サービス / 故障・事故対応力)	3	
G 貴社と弊社のお取引条件 (支払条件、リベート制度等)		
H 営業マンの日常の販売支援活動	1	
I その他		

自由ご意見欄

質問2: 製造メーカーの営業マンに期待されること

貴社が当社のような製造メーカーの営業マンに対して期待されることはどのようなことでしょうか?
以下の項目の中で、最も期待される項目に「1」、2番目に期待される項目に「2」、3番目に期待される項目に「3」をご記入ください。

項目	記入例	ご記入欄
A 適切な販売企画提案	1	
B ユーザー様への営業サポート (引合いフォロー、同行PR等)		
C ユーザー様へのアフターサービス (定期訪問 / 点検サービス等)		
D 各種情報提供 (製品情報 / 業界情報 / 技術情報等)	2	
E トラブル発生時の的確、迅速な対応		
F お問い合わせ、ご要望に対する的確、迅速な対応	3	
I その他		

自由ご意見欄

「期待度」の評価
= 相対的評価
...何が一番重要か?

質問3: 当社の満足度

下記の項目について、皆様は現状、当社に対してどの程度満足していらっしゃいますか？
該当する欄に をご記入ください。

項目	満足	まあ満足	やや不満	不満	なんとも 言えない
記入例 A 製品の機能/差別性					
A 製品の機能/差別性					
B 製品の品質/安定性					
C 製品の価格					
D 製品の納期					
E 製品の品揃え					
F アフターサービス体制 (保守サービス/故障・事故対応力)					
G 貴社と弊社のお取引条件 (支払条件、リベート制度等)					
H 営業ソンの日常の販売支援活動					
I その他()					

自由ご意見欄

「満足度」の評価

= 絶対的評価
 ...それぞれの
 項目にどの
 程度満足
 しているか？

質問4: 当社の営業ソンの営業活動についての満足度

下記の項目について、皆様は現状、当社の営業ソンの営業活動に対してどの程度満足していらっしゃいますか？
該当する欄に をご記入ください。

項目	満足	まあ満足	やや不満	不満	なんとも 言えない
記入例 A 適切な販売企画提案					
A 適切な販売企画提案					
B ユーザー様への営業サポート (引合いフォロー、同行PR等)					
C ユーザー様へのアフターサービ ス(定期訪問/点検サービス等)					
D 各種情報提供 (製品情報/業界情報/技術情報等)					
E トラブル発生時の的確、迅速な対応					
F お問い合わせ、ご要望に対する的確、迅速な対応					
I その他()					

自由ご意見欄

質問5: 担当営業マン営業態度についての評価

当社の貴社担当営業マンについて、皆様は、率直にどのようにお感じになりますか？
該当する欄に をご記入ください。

項目	非常に 良い	良い	悪い	非常に 悪い	なんとも 言えない
記入例 A お客様に対するビジネスマナー(身だしなみ、挨拶等)					
A お客様に対するビジネスマナー(身だしなみ、挨拶等)					
B お客様への訪問頻度					
C 商談の際の話し方、聞き方					
K 全般的に見た場合					

補足的な質問

質問3、4で
 不足している
 内容を補足
 する。

質問6: 当社の営業改革について

当社では、昨年より、販売店の皆様に、よりお役に立てるように営業改革に取り組んでおります。
 皆様からご覧になって、当社の営業は「変わった」と思われますか？
該当する欄に をご記入ください。

記入例	非常に良くなった	やや良くなった	変わらない	やや悪くなった	非常に悪くなった

自由ご意見欄

質問7: 当社についてのご意見/ご要望等

当社について、ご意見、ご要望等、どのようなことでも結構ですのご記入ください。

自由ご意見欄

貴社名	
お役職名	
お名前	

ご協力ありがとうございました。