

リピート率を上げる鉄則

アンケートの実施で満足度UPをはかろう!

今回のポイント

- 現状把握、接客品質、ロイヤリティの向上が目的
- アンケートの答えを5段階評価にする
- 目標を数値化して、スタッフの意識を変える



サロンでアンケートをおこなうべき3つの理由

1 お客様の気持ちを知ることができる

お客様はあなたのお店に何を求めていますか?
 またお客様の求めているものをきちんと提供できていますか?
 それを把握するには、お店に対するお客様からの評価を確認することにあります。
 そこで、アンケートを行ないお客様の生の声を聞いてみるのも一つの手です。
 アンケートを行なうことで以外な問題点が明らかになる場合があります。
 たとえ結果がクレームであっても、逆にラッキー!
 それを改善することで、より良いお店づくりが出来ますよね。

2 接客マニュアルの改善に取り入れる

次に、アンケートを集計すると見えてくるのが、喜んでもらった点、クレーム、感想をどのタイミングで感じて頂けたか、です。
 喜んでもらった事はどんどんマニュアルに追加し、クレームは今後の注意事項としてスタッフ全員に共有でき、改善につながられます。

3 お客様に愛着を感じてもらおう

最後に、お客様に「店舗の改善に参加している」ということを知って頂くことです。
 実際に喜んでもらった事がマニュアル化されているたり、クレームが改善されている事などを店内に張り出しアピールします。
 それをアンケートに答えたお客様が見ることで、自分の意見が参考とされていることに嬉しく感じ、あなたのお店に対して愛着を感じてもらえるようになります。

アンケートの答えは5段階評価に!

実際に取るアンケートの項目はお店の数だけ正解があります。そこでどんな項目にしたとしても、答えを**5段階評価**にすることをお勧めします。
 5段階評価にするれば、アンケートの集計がしやすくなります。
 例) 1.とても良かった 2.良かった 3.普通 4.やや不満 5.不満などが一般的。

※日本人は少し優しい傾向があり、思っているよりも少し良い評価を付けやすいので、普通ややや不満などに○がついた場合は明らかな改善が必要です。

アンケートは満足度向上の養成ギブス

アンケートを定期的の実施し、結果を集計してみてください。
 集計すると**感動率**と**不満率**(普通以下)が見えてきますが、それが今のお店の通信簿です。
 そして、

- ・その通信簿を参考にどこを改善するべきなのか?
- ・どのような目標を設定するべきなのか?
- ・目標を達成する為にどんな行動をすればいいのか?
- ・前回の悪かった部分は今回どのような結果が出るのか?

をスタッフ全員で話し合い、しっかり見直します。
 このように

目標を設定→実行→アンケートで集計→見直し(PDCA)をし、数値を出すことでさらに目標や結果は明確になり、次のアクションを導き出すことができます。

店舗改善へのスパイラルを生み出すヒントになるかも知れません。

顧客管理ソフトは、様々な業種の方々にご利用頂いております。
 サポートダイヤルでは、お客様からのご要望に応じて、ご提案を行っております。お気軽にお電話を頂き、今のお悩みをご相談下さい。
 また、成功談も募集しております♪