

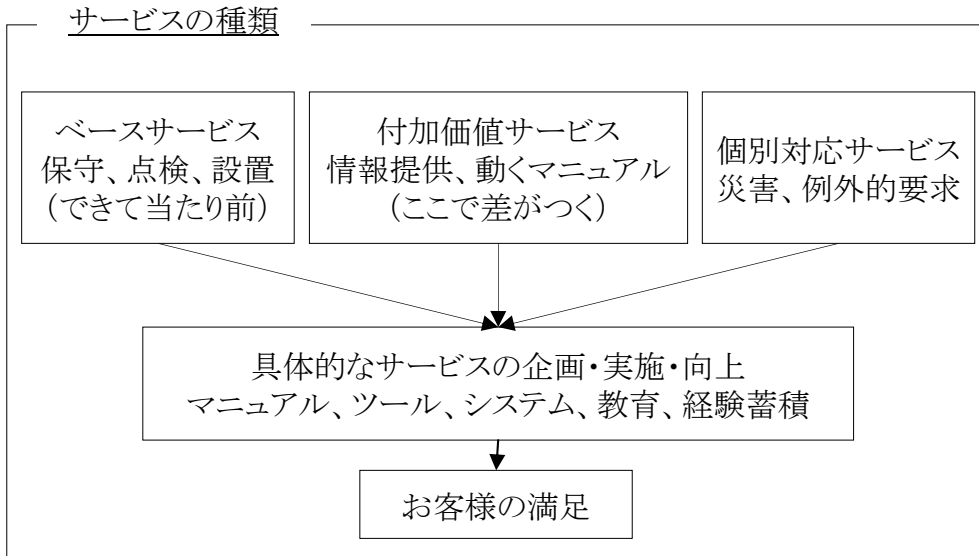
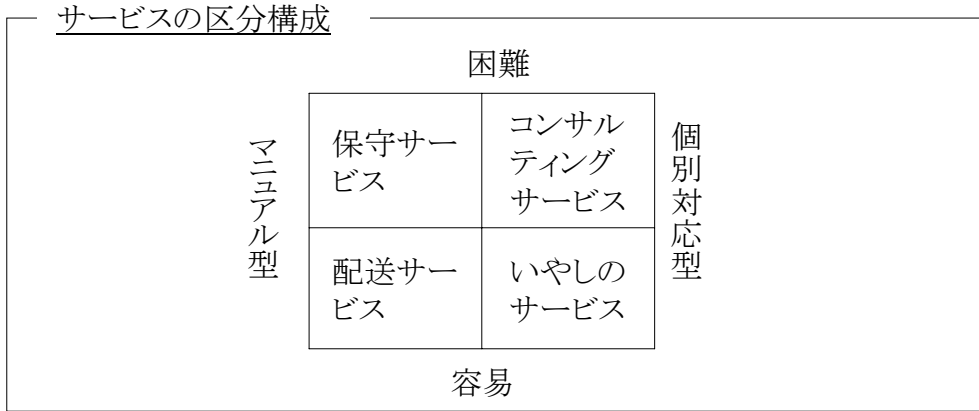
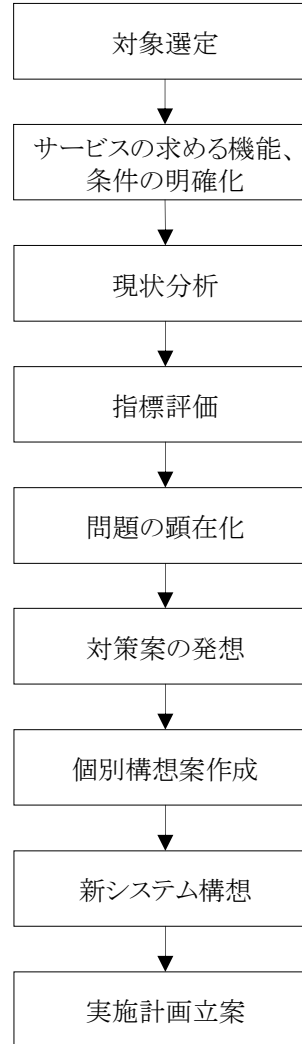
一口にサービスと言っても決められた手順に沿って対応するものから、その場での最適な個別対応を求められるものまで多種にわたります。また低いスキルで出来るサービスから、非常に高いスキルを要求するものまで様々であり、その求められるレベルを考えて整備しなければ、顧客満足を得ることは出来ないでしょう。それぞれの特徴を明確に定義することから、求められるサービスの方向性が決まります。

サービスそのもので差別化を図ろうとすると、最低限の出来て当たり前のサービスに加え、他社が出来ない付加価値サービスを広く盛り込むことによってサービスの差別化が図れます。さらには災害時の臨機応変な対応サービスは、なかなかマニュアル化しにくいもので、サービス担当者の意識の高さや経験に依存するもので、サービスの質そのものの差別化につながります。まさしくお客様の立場に立つて考え、行動できるサービスマンと最先端のツールの整備に掛かっているともいえます。

設備の保守サービスも現地対応、自社工場対応がありますが、いずれも何処が問題でどの様な部品が必要かは、見てみないと分からない点があり、求める機能は難しいのが現実です。

原点に立つて求められるサービスの機能・条件を明らかにして、最適な方法を検討してください。

展開ステップ



- ### サービスの指標
1. 信頼感: 約束したことを正確、確実に提供する。
 2. スピード: 顧客に直ちに対応する意思、迅速な対応時間
 3. 安心感: 信用、顧客に示す知識、自信、高い能力
 4. 共感性: 顧客に示す配慮や個人的関心の強さ
 5. 好印象: スタッフの印象、施設や設備の印象