

**K&Iパートナーズは人・仕事・サービスの未来を
デザインする会社です。**

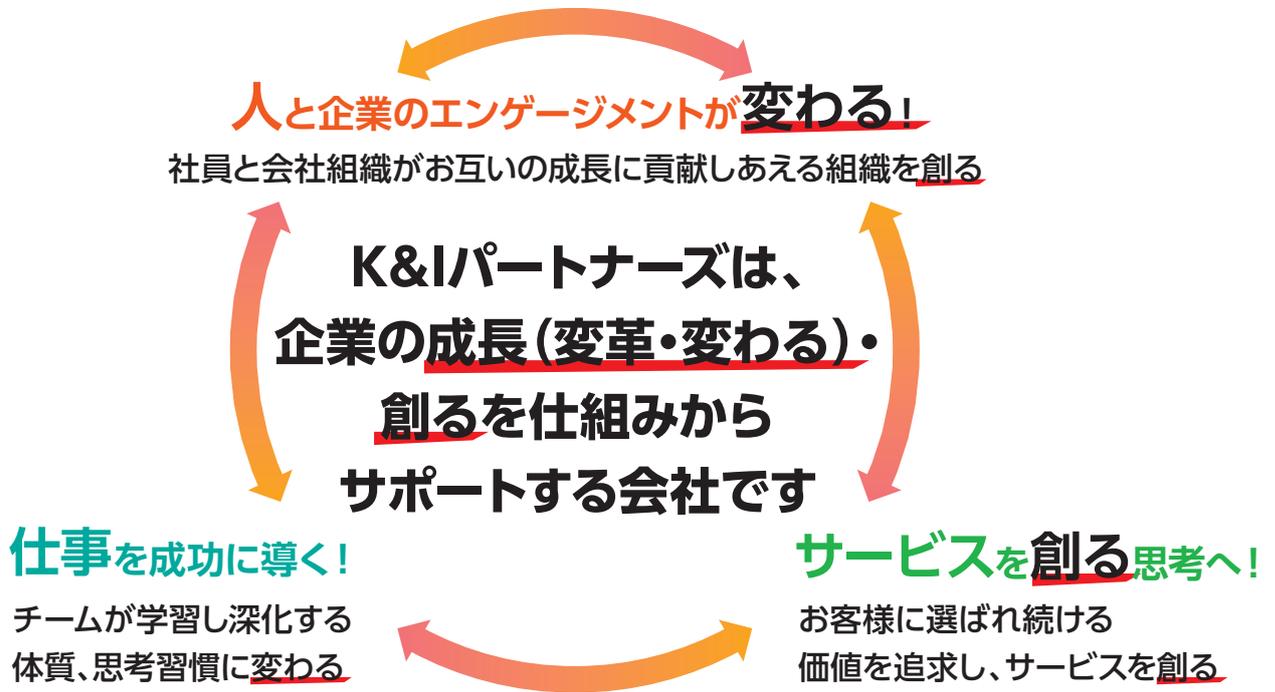


**モノの力を最大限に引き出す
サービス・ドミナント・ロジックで
実績に貢献**

K&I PARTNERS
GROUP

K&I PARTNERS

K&Iパートナーズは人・仕事・サービスの未来を デザインする会社です。



ご挨拶

2000年、法務省民事局の法務局窓口改善アクションプラン(民営化事業)に
私がプロジェクトリーダーとして参画いたしました。

その実績から、社会経済に大きな影響を与える、

金融、通信、エネルギー業界の大変革にサービス戦略デザイナーとしてご指名をいただくことができました。

この経験から、道を切り拓く企業様の「成長(変革・変わる)・(顧客)を創る」を事業方針として、

K&Iグループは活動しております。

これからも未来創造を社員・職員のビジネス力で確実に実現できる企業・組織の創出に貢献してまいります。

K&Iグループは「未来をデザインする」みなさまのパートナー企業として事業を推進いたします。



会社概要

株式会社 K&Iパートナーズ

代表取締役会長 石川 かおる

代表取締役社長 石川 博章

取締役事業本部長 八木 一郎

本社所在地

〒157-0066 東京都世田谷区成城2-34-13 TEL.03-6411-2174

<https://www.kandi-pt.net>

札幌営業所

株式会社 K&Iサービスデザインオフィス

〒060-0042 札幌市中央区大通西4丁目1番地

新大通ビルディング7階 TEL.011-218-1221

事業内容

- 営業変革サービスデザイン
- サービスフロント人材育成
- CS設計・CS向上研修
(CSスペシャリスト検定協会認定総代理店)
- コールセンター受託業務
- ビジネスコミュニケーション
(パーソナルトレーニング)
- 教育資料作成(eラーニング・動画)
- 階層別研修
- 満足度調査設計・実施



- ▶ **法務省民事局法務局窓口サービス改善アクションプラン・プロジェクトリーダー**
→ 民営化に向けた行政サービスの構築
- ▶ **東京法務局登記コールセンター設計・運用**
→ 法務行政におけるサービスイノベーションの設計
- ▶ **CSスペシャリスト検定創設(一般社団法人CSスペシャリスト検定協会)**
→ 日本で唯一のCS理論とCS実践教育の体系化
- ▶ **KDDI(カスタマーサービスセンター) サービスレベルアグリーメント導入・運用**
→ 日本で最初のSLA導入成功例
- ▶ **明治大学サービス創新研究所参画**
- ▶ **消費者金融業務適正化指導**
→ SMBCコンシューマファイナンスの再構築支援
- ▶ **損害保険・共済査定担当者向け交渉品質評価手法を構築・受託**
→ 査定業務の人材マネジメント
- ▶ **旭川市等のコールセンター企業誘致に関するコンサルティング・人材育成**
→ 市民との一体化企業誘致への協力支援
- ▶ **JA共済「窓口サービス・コンサルティングマニュアル」作成・指導**
→ 地域貢献型サービスの設計
- ▶ **証券会社新規開拓コール適正化指導**
→ 対面からアウトバウンド、オンライン化に向けた顧客接点構築指導
- ▶ **エネルギーの自由化に向けたCS設計**
→ 各社への満足度を高める3ステップ理論の提供
- ▶ **ターニングポイントマネジメント理論構築・養成講座開始**
→ 女性活躍をテーマに、働き方の見直しプログラム提供
- ▶ **QUALITYベストコールセンター受託開始**
→ 通販コールセンター受託による実証実験開始(札幌センター運用)
- ▶ **ビジネスコミュニケーション(BC) エssenシャルスキル養成コース開講**
→ 副業時代の個人資質向上プログラム提供
- ▶ **NTTグループ企業 営業部門へのCS教育・調査プログラムを提供**
→ 顧客価値の創造と実績の見える化を踏まえたヒューマンリソース改革



代表プロフィール
K&パートナーズグループ 代表 Chief Produce Officer
(最高商品開発責任者) 石川かおる

成城大学法学部卒業。大学卒業後、営業職として企業に勤務。セールス・サービス人材育成プログラムの作成や新設部署の立ち上げなどを行う。退職後、幅広い営業活動、社内教育の経験を生かし、東京海上日動リスクコンサルティング専任講師を経て、独立。

法務省「法務局窓口サービス向上アクションプラン」に参画し、全法務局での実態調査・研修等のプロジェクトリーダーを務める。全国の法務局に提供した「接客マニュアル」やビデオは今も中央省庁傘下の団体に重用されている。法務局民営化の前身ともいえる「登記コールセンター」の設立および運用を受託。職員の相談業務のサービス品質向上を確立した。

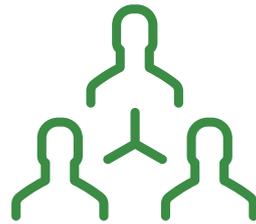
民間企業においても、通信事業・損害保険・通信販売・流通・エネルギー・金融大手企業・団体のコールセンターや店舗サービスの利益効率を現実的なCS実現により高めた実績は、多くの経営層から高く評価されている。また、顧客を創る営業教育、CSマネジメント、管理者・SV育成、現場モニタリング調査、顧客対応技術の指導における論理性と実現力の高さは多くの現場管理者に支持される場所である。

また、宮崎県、旭川市、札幌市などの企業誘致にかかわるPR業務や地域人材の育成にも手腕を発揮している。現在、一般社団法人CSスペシャリスト検定協会代表理事、サービスデザインング研究所発起人、明治大学サービス創新研究所客員研究員を務める。著書にはクレーム対応にもっと自信がつく本(日本実業出版)、(中経出版)、アポに直結する営業電話術(中経出版)などがある。



人・仕事・サービスの未来をデザインする

コンサルティング・教育プログラム



モノの力を最大限に引き出す
サービス・ドミナント・ロジック

人材育成

ビジネスエッセンシャル

女性活躍推進

パーソナルブランディング

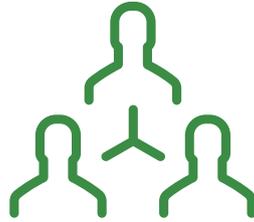
仕事(体制強化)

コールセンター受託
高品質コンセプトセンター

コールセンター人材育成
SV教育・応対品質評価

サービス創造

CS向上コンサル・教育



モノの力を最大限に引き出す 人材育成プログラム

1.(1)ビジネスエッセンシャル教育とは

人の未来をデザインする

企業と社員の「**エンゲージメント**」が変わる！

最新のビジネスコミュニケーション

～「伝わる力」「解決力」を高め、能力資産を高める！～

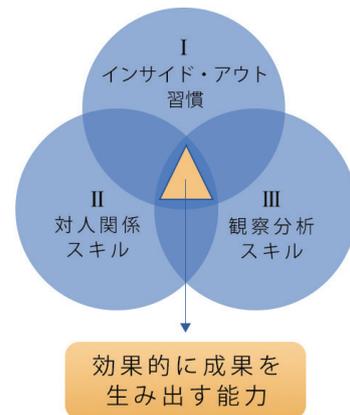
エッセンシャルスキル養成講座

WEB受講 + 理解度テスト + トレーニング

ビジネスコミュニケーション(BC)エッセンシャルとは ビジネスコミュニケーション(BC)とは成功へのプロセスツール

私たちは、なぜ「コミュニケーションが上手くとれない・上手くいっている」と口にするのでしょうか。それは、想定している結果から逆算すると、現状のコミュニケーションでは「結果に達成する・達しない」と判断するからです。

ということは、コミュニケーションとは、想定する結果に到達するために必要な『何か』であるということになります。その『何か』こそ、「ビジネスコミュニケーション」です。そして、K&Iメソッドでは、インサイド・アウト習慣、対人関係性スキル、観察分析スキルの3つのカテゴリーこそが効果的に成果を生み出す能力を修得できると考えています。



K&Iメソッドとは検証済みBC実践法

当社を創業した石川かおるが「自分が変わらなければ成果も人生も変わらない」を実践し続けているからこそ、伝えることができる「検証済みビジネスコミュニケーション実践法」です。種をまき、辛抱強く雑草を抜きながら、自分の成長という果実を少しずつ収穫できるようになり、「今」があります。

人生は思っているよりも長いのです。ターニングポイントは何度もあります。正しく、誠実に人生と向き合うことで転機は好転します。正しく、誠実に人生に成長と成功を求めるためのメソッドです。※成功の定義には個人差があります。他人と比較するものでもありません。

エッセンシャルとは人生を変える「種」

自分が変わらなければ成果は変わらない、とわかってはいてもどれだけの人がその原則的なパラダイムに従った行動をすることができているのでしょうか？決して簡単なことではありません。ですが、種まきをしなければ、実はできないのです。欲張らずに良質な種を少しだけ「まずは」まいてみたいと思いませんか？エッセンシャルとは「良質な少量の種」のことです。

1.(2)ビジネスエッセンシャルの教育概要

I インサイド・アウト習慣 (成功に向かう習慣)

セルフマネジメント

パッケージ型で加入しやすいJA共済は契約者にとっては「基本保障」であり、社会経済の変化に伴って発生した「不安」にはカスタマイズ型の他生損保を検討している傾向が見受けられる

成果を生み出す能力

1. Winwinを考える習慣
2. 相手を徹底的に理解する習慣
3. シナジーを生み出す習慣
4. 自分を頑なにさせない習慣
5. 社会貢献を意識する習慣
6. 公的成功と相互依存の理解

II 対人関係スキル (成功を支えあう 人間関係構築力)

基本コミュニケーション

1. バーバルコミュニケーション
(1) 伝わる話し方・言葉遣い
(2) 文章の書き方
2. ノンバーバルコミュニケーション
(1) 好感度の高い表情・仕草
(2) 五感に伝わる音・行動
(3) 話の聴き方
3. オンラインコミュニケーション
(1) ネゴシエーション
(2) ファシリテーションスキル

ロジカルシンキング

1. 現実を俯瞰する方法
2. 生産性・効率性・目的を明確に見定めるプロセス
3. 「ゴール」に向けた必要プロセスの設計
4. 失敗から価値を引き出す方法
5. 再新再生を繰り返す

III 観察分析スキル (成功の条件を 発見する能力)

価値共創コミュニケーション

1. マーケティングとイノベーション
2. ハートフルアウェアネス
3. 相手が期待する3つのコミュニケーションステップ
4. 周囲を動かす創造力・想像力
5. 顧客を創り続ける
6. 生活環境でのCS

ターニングポイントマネジメント

1. ターニングポイントをマネジメントするとは
2. 転機をロジカルに考えると習慣が変わる
3. 「はじめて」に挑むエネルギーの出し方
4. 転機に良い種を蒔く習慣をもつ
5. 時流の変化によるターニングポイントの出現

研修内容や費用は、各企業様のご要望に合わせて個別にプランニングをさせていただきます。

2.女性活躍推進に向けた教育

女性の活躍を企業の戦力にする！ターニングポイントマネジメント実践講座【講演・研修】

●研修カリキュラム例(対象:女性社員)

- 1.ターニングポイントマネジメントとは何をする事なのか(講義)
 - ・ターニングポイントマネジメントの必要性と具体的行動を理解する
- 2.変わらぬ日々「転機の種」が飛んでくる(個人ワーク)
 - ・自分に舞い降りた「転機の種」をどうしていたのか?を自己チェック
- 3.転機をロジカルに考えて、エネルギーを発する
 - ・「ロジカル」を苦手にならない覚悟を決める
 - ・予兆の判断と対応をロジカルに分析、検討する
 - ・「ライフロジカル」能力を「ビジネスロジカル」に活用する
 - ・「はじめてに強い」自分を信じて、「はじめて」を創ろう!
- 4.ターニングポイントマネジメント演習(グループ・個人ワーク・講師フィードバック)
 - ・成功事例を分析し、メカニズムを理解する
 - ・「なりたい自分になる」ためのターニングポイントマネジメントを具体化する
- 5.心が折れそうになるときのストレスコーピングとポジティブ行動(意見交換)
 - ・上司の一言に涙した時の「しなやかな」コーピングとポジティブ行動
 - ・「女性の敵は女性?」と悩んだ時の「最適な」コーピングとポジティブ行動
- 6.ターニングポイントマネジメントは「生きる姿勢を変える」(発表)
 - ・「私の生きる姿勢」を語ろう

企業の儲かる仕組みと体質を創る！ターニングポイントマネジメント活用講座【講演・研修】

●研修カリキュラム例(対象:管理職)

- 1.ターニングポイントマネジメントとは何をする事なのか(講義)
 - ・ターニングポイントマネジメントの必要性と具体的行動を理解する
- 2.ターニングポイントマネジメントを始めた女性社員を活かす方法(講義・実践演習)
 - ・到達点を明らかにし、共有する(まずは、本気モードの期待感を伝える)
 - ・「はじめて」から逃げる管理職発言を戒める
 - ・時代は「変わっていく」傍観者ではなく、「みんなで変えていこう」というスタンスで
 - ・仕事の話に徹した「成長点」「もっと成長してほしい点」を言葉にする
 - ・「結果」にこだわるべきところと「将来の成果」を求めるところを明らかにする
- 3.成功事例から学ぶ、管理職の「立ち振る舞い」(グループワーク)
 - ・あの場面の「管理職の名言」例・年齢に関係ない、「チームのはじめてへの挑戦」を後押ししたアドバイス例
- 4.女性社員があなたの「この言葉で心が折れる」を理解する(講義・自己チェック)
 - ・「そこまでで君はいいから」「無理しなくてもいいよ」「休んでも支障はないから」など良いと思って言った言葉には、本心が見えている
 - ・女性社員に「言いたいこと」の表現方法を変える
 - ・管理職のストレスコーピング
- 5.女性のターニングポイントマネジメントを企業の戦力に変える決断・決意
 - ・女性活躍は企業の向けるターニングポイントであることへの理解と自覚
 - ・未来に向けて、ベストに挑む宣言

研修内容や費用は、各企業様のご要望に合わせて個別にプランニングをさせていただきます。

3. パーソナルブランディング教育

パーソナルブランディングは企業と社員の双方満足を実現する教育手法です！
【考え方】

①パーソナルブランディング (Personal Branding)は個人が、自分の価値をブランド化することで、専門知識や技術、得意な分野をアピールし、周囲の人に幅広く伝え認知してもらうことです。
⇒「期待以上のレベル」でなければ認識されない。

②組織の中の「個」として、組織のイメージ向上を目的として「個」のプロモーションをすることでもあります。
⇒人材力の高い組織であるという信頼につながる。【無形の価値】

顧客価値の原理を仕事に置き換える

ここがパーソナル
ブランディング

顧客価値

機能的価値



意味的価値

機能やスペック※による価値であり、数字で表現することができます。そのため、コストや価格面で過当競争に巻き込まれることが多くなります。

個別の事情や背景などによって意味づけられる価値のことです。お客様にとって、「〇〇社にまずは相談してみよう」と思わせるだけの深い関係性によって抱く価値です。

お客様は課題や問題を「共有」し、方向性に合意をしながら「共に」解決できる相手を求めます。

パーソナルブランディング理論

満足度が高まると「やりがいのある仕事」回ってくる



期待を超える対応をすることとは、「気づき」「対話」「合意」「提案」のCS実践行動が上手く稼働できている状態ということです。お客様には「期待を超える対応をしようとする姿勢」(ビジネスヒューマンズスキル)が評価され、依頼される仕事の質や内容が向上し、良い実績にもつながります。

どのような人でも「期待を超える対応をしよう」という姿勢がある人に、仕事を任せたいと思いますよね。



ビジネスヒューマンズスキルの発動

CS実践行動の円滑な推進

依頼される仕事の質や内容が向上し、
「やりがいのある仕事」が次々と回ってくる

実績の向上

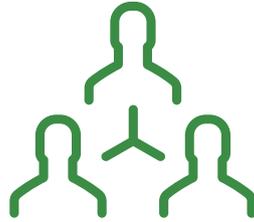
選ばれ続ける企業への貢献

ビジネスパーソンとしての評価が高まる
(セルフブランディング)



この好循環は、営業職にだけ通じる魔法のような法則ではありません。
現場の担当者・責任者にも、事務職の人にも共通の法則です。ビジネスパーソンのすべての基本ミッションは「営業活動にかかわる」ことです。そしてそこにはビジネスヒューマンズスキルの発動が必要です。社内CSについてもこの機会に見直しをしてみましょう。

研修内容や費用は、各企業様のご要望に合わせて個別にプランニングをさせていただきます。



モノの力を最大限に引き出す
仕事(体制強化)プログラム
高品質コールセンター受託・教育

コールセンター受託①

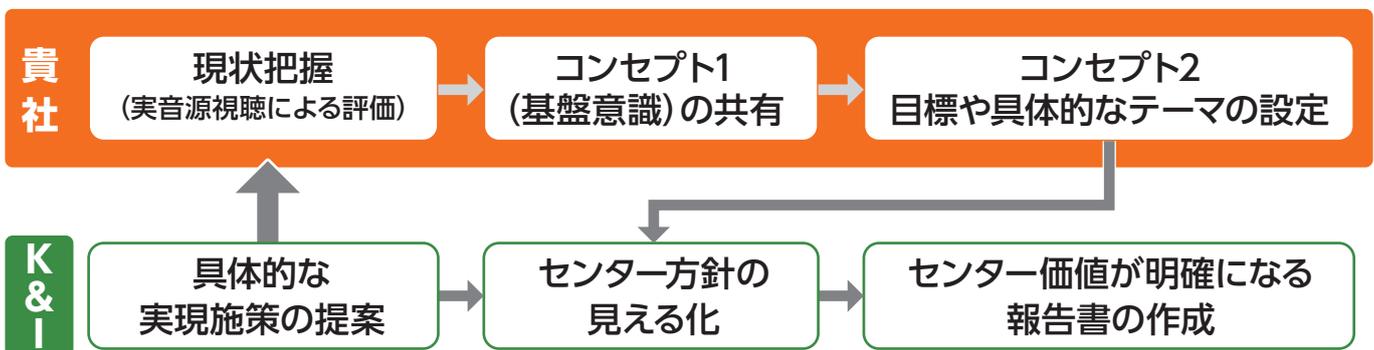
コンセプトコールセンターのご案内

K&Iパートナーズの品質・成果基準は、一般社団法人CSスペシャリスト検定協会のCS基準に準拠しています。それは、センター運用を委託して下さる企業、エンドユーザー、という2つのお客様の満足度を高めるためにあります。

弊社独自の『コンセプトセンター』というスタイルは、営業実績、顧客創造に貢献するプロフェッショナルセンターです。

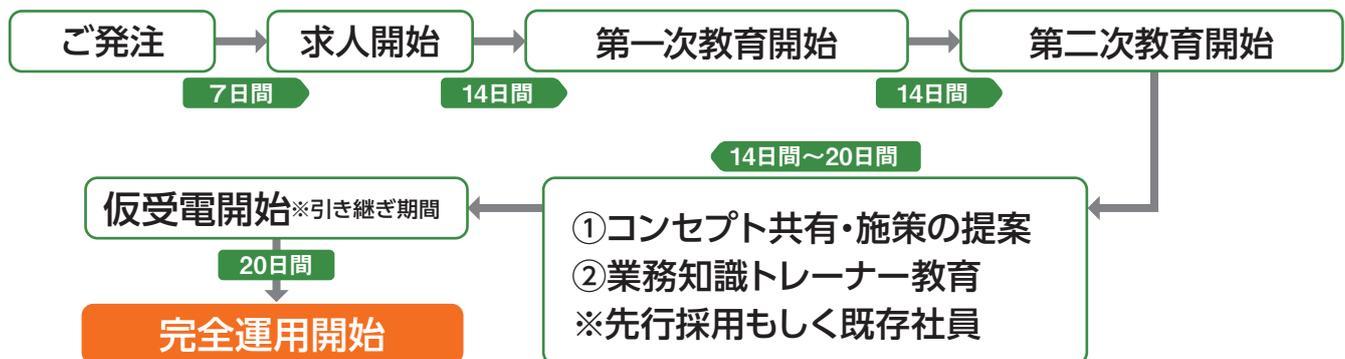
また、スタッフは全員が「社員」です。「クライアントに貢献するためには何をすべきか」を考えながら行動するチームが貴社のコールセンターをご担当いたします。

コンセプト共有の方法と成果



ご発注から運用開始までの段取り

約2カ月で稼働開始



費用概算

ランニングコスト月額目安

- A: ブース稼働費用
- ①1ブース 1時間当たり @1,800円 (10時間以上稼働の場合)
 - @1,850円 (10時間以内稼働の場合)
 - ②SV1名 1時間当たり @2,100円
 - ③業務知識リーダー1名 1時間当たり @1,900円
- B: 管理費
- ④管理費 A: 稼働費用の15%

イニシャルコスト

- ①求人費用
- ②ブース設置費用
- ③SV・業務知識リーダー教育費用 (貴社での先行研修受講等)
- ④ご契約日から本稼働までの約2カ月間の採用者人件費

※オーダー内容に応じて、お見積いたします。

【オプションサービス】コールセンターで得た情報を経営会議用に報告書を作成したり、改革案を提言するサポート業務を承ります。

コールセンター教育①

SV教育編

〈カリキュラム案〉 9:00~17:00

1.基礎力確認(簡易事例を使った自己スキルチェック)

- (1)相槌・返事・復唱の効果的な使い方 ※お客様から応対者としての信頼を受けることができるか
- (2)復唱からの会話展開力チェック ※お客様の傾聴姿勢を整えることはできているか

2.お客様の抱える本当の問題を発見する(聴き方トレーニング)

- (1)心情の問題と現実の問題を瞬時に聞き分ける(観察→気づき)
- (2)心情の問題の受けとめ方は親身に先手で行う
- (3)現実の問題は論理的に「聴き分ける」

3.ダイレクトリスニング導入(トレーニング)

- (1)キーワードの消込と絞り込みの手順を手際よく会話に組み込む
- (2)問題解決提案への切り出し方
- (3)クロージングで終話後のお客様行動を確定する

4.事例研究(状況設定を記載した研修用事例を用意する〈状況設定から応対事例(スクリプト)を作成する〉)

- ①SVはお客様の言葉・応対者の言葉の双方を作成する。
 - ②オペレータは事前にお客様の言葉を作成しておき、応対者用の対応のみを作成する。
 - ③①②共に対応例として発表する ※テクニカルスキルの指導はこの部分で行う
- ※SVのオペレータ教育のポイントをまとめる

5.上長への報連相トレーニング(説明&ロープレ) 4の事例で対応したお客様もしくは家族から再度入電に関する対応

- (1)報連相で一番忘れがちなことは?(本質を理解する)
 - (2)オペレータ(SVが上長に報告しやすい報連相とは)
 - (3)SV(ルールにのっとったタイムリー&情報力の高い報連相とは)
- ※コールセンター運営における「目の付け所」をSVにアドバイス

6.文章作成力の向上 4で作成した事例について、作成プロセスおよび指導に関する報告書を作成する(オペレータは履歴入力のみでも可) ※代表者数名が発表する。全員の報告書は後日、添削。

〈到達点〉

- 1.覚えることを中心にしてきた業務に「考える」「組み立てる」という思考を取り入れる。そのために必要なヒヤリングスキルを高め、状況を論理的に分析できることをトレーニングする。気づき力を高める。
- 2.1によって「キーワード」や「重要度」「お客様の变化傾向」などを捉え、報告する能力を高める。
- 3.事例研究を通して、1.2を実践することを体感し、日常業務での活かし方をつかむ。

〈事前の準備〉

- ①機密保持契約を行い、貴社の対応を事前にモニタリングさせていただき、研修主旨に沿った課題を抽出する。
- ②ご要望があれば、モニタリング評価報告書を作成する。(評価は別途費用)
- ③左記カリキュラム4で使用する研修用事例を2事例程度作成する。(貴社とご相談)

〈研修後フォローアップ〉

- ①左記カリキュラム6で作成した報告書を添削する。
- ②ご要望があれば、研修後の実音源を評価する。(評価は別途費用)

通話音源モニタリング評価およびオンライン面談

車物担当者個別スキルアップ(対象:全SC業務職)

通話録音モニタリング評価+オンライン面談

〈事前の準備〉通話録音を1名あたり2事案を抽出し、事案概要を添えてご提供ください。

※総通話時間20分程度です。

【費用A】モニタリング評価+面談

評価(1名あたり)	8,000円(税別)
全体報告書作成	20,000円(税別)
オンライン面談(1名あたり30分)	10,000円(税別)

【費用B】研修実施+モニタリング評価+面談

評価(1名あたり)	18,000円(税別)
全体報告書作成	20,000円(税別)
オンライン面談(1名あたり30分)	6,000円(税別)

※A・Bともに面談講師は弊社代表 石川かおるが担当します。

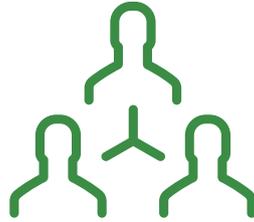
通話録音モニタリング評価 個別評価シート イメージ

項目	評価	内容	コメント
1	0	第一声、挨拶、声調などの通話開始マナーが適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の第一声は工夫が、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
2	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
3	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
4	2	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
5	1	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
6	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
7	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
8	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
9	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
10	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
11	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
12	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
13	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。

項目	評価	内容	コメント
14	0	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
15	1	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。
16	1	通話開始の挨拶が適切でありません。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。挨拶の意図が不明です。	通話開始の挨拶は、(1)挨拶が適切なタイミングで、(2)挨拶が適切な内容で、(3)挨拶が適切な声調で、(4)挨拶が適切な意図で行われるべきです。



※定期的に弊社の実音源モニタリングサービスをご利用いただく県連様が増えています。



モノの力を最大限に引き出す
CS向上プログラム

CS向上コンサルティング・教育① (研修+eラーニングカスタマイズ)

技術系企業の教育受検が急増しています!

当社では、一般社団法人CSスペシャリスト検定協会のCS教育メソッドを導入しております。体系だったCS理論と実践技術を修得し、CS推進と企業実績の向上を紐づけた指導を行います。

※詳細は検定協会ホームページをご参照ください。

【CS教育の企業導入例1部分カスタマイズ型】

ステップ 1

全体研修 事例で学ぶCSの意義と成果

3時間研修×4回(オンライン研修 1回20名程度)

①4回の内、管理職用と一般職用に分け、内容を一部変更することもできます。

費用 (税別)

3時間研修(オンライン) 1回 250,000円

※録画提供については、総受講者数によって別途見積りを承ります。

ステップ 2

カスタマイズ eラーニング ①CS理論編 ②CS実践編

25分×2種類⇒理解度チェック(選択式+記述+採点+個別結果シート+総括報告書)

①管理職用と一般職用に内容を一部変更することもできます。別途見積りを承ります。

費用 (税別)

eラーニング作成

①CS理論編 400,000円

②CS実践編 500,000円

③採点+個別結果シート@3,000円

④総括報告書 70,000円

ステップ 3

CSアカデミー 他社ビジネス実例を活用した社内メールマガジン配信(毎月)

25分×2種類⇒理解度チェック(選択式+記述+採点+個別結果シート+総括報告書)

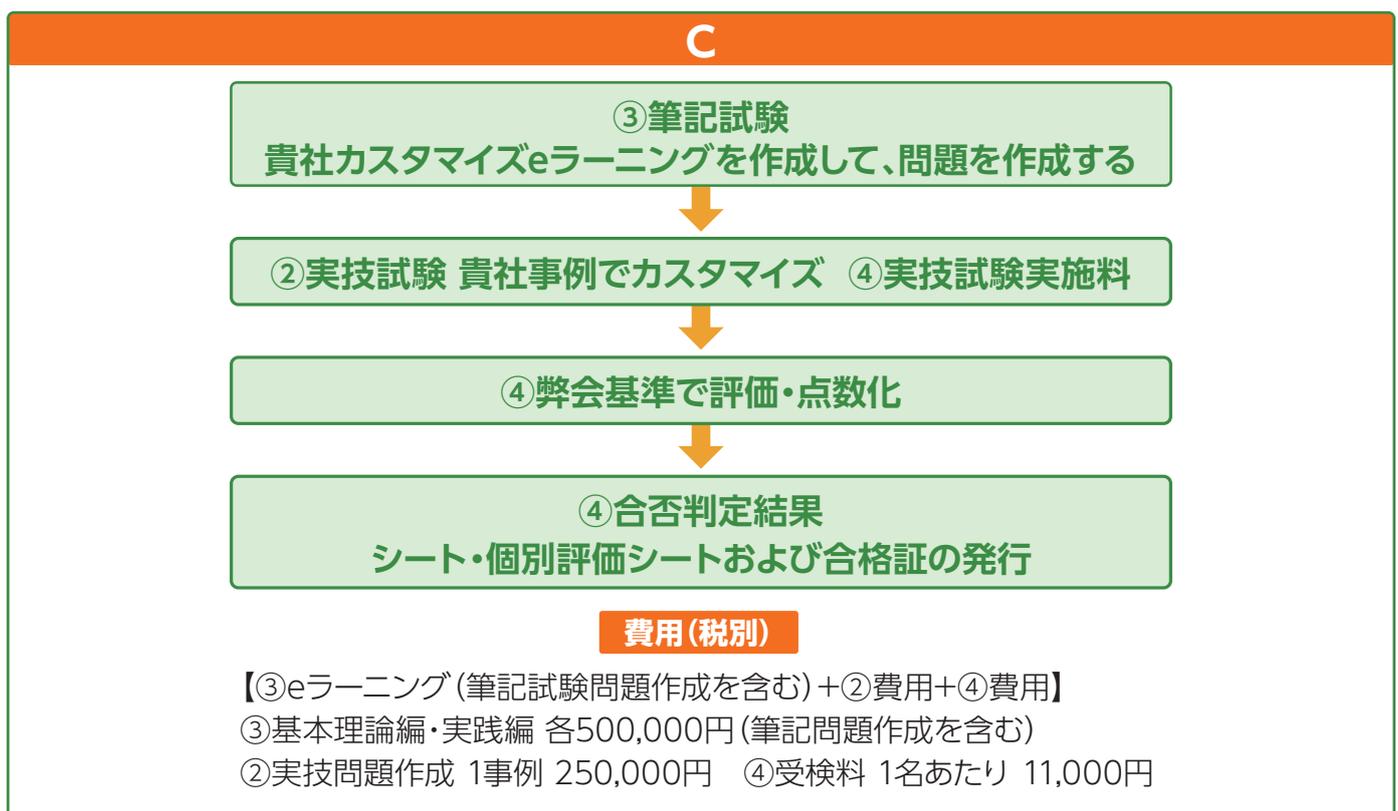
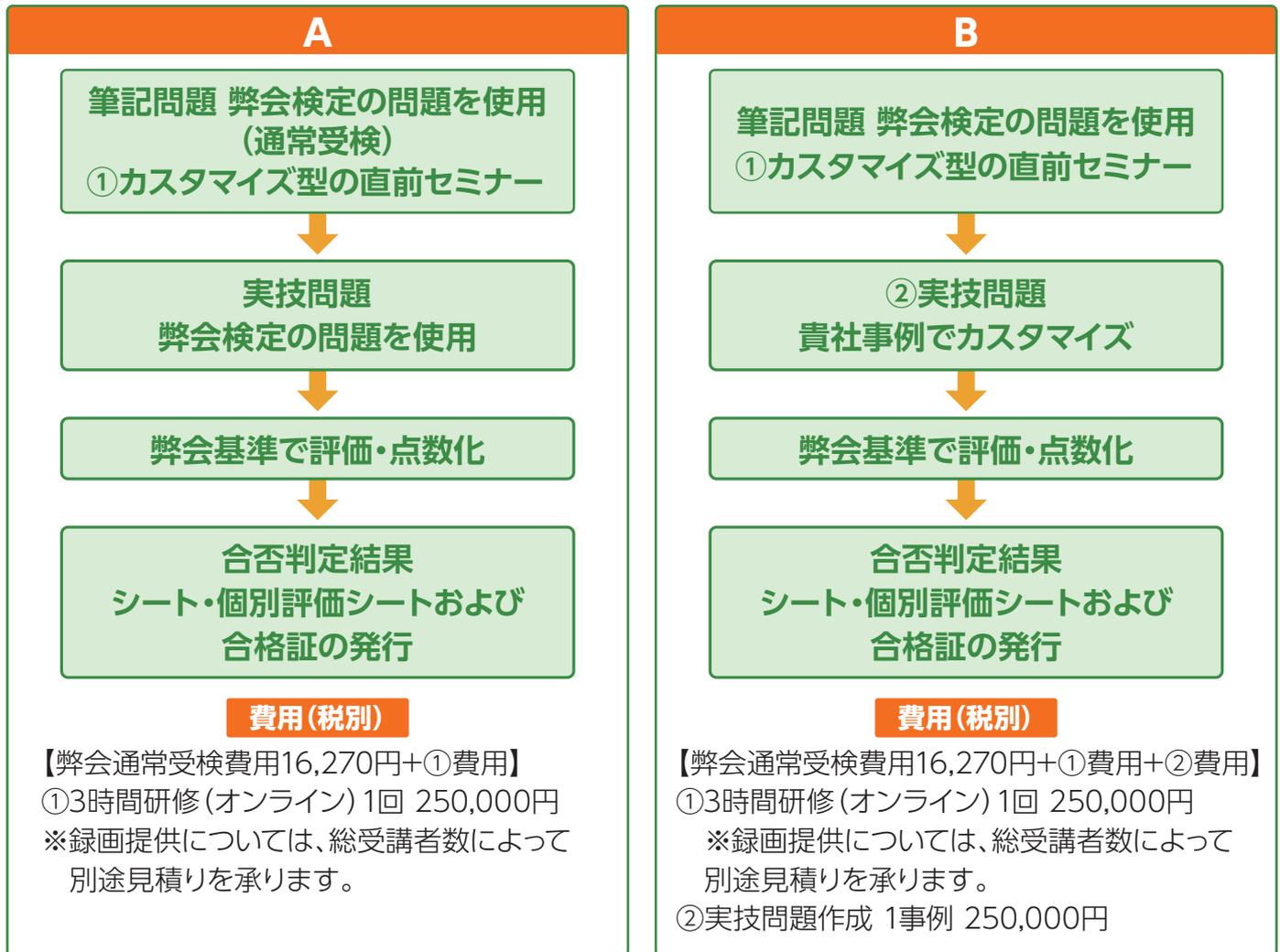
①管理職用と一般職用に内容を一部変更することもできます。別途見積りを承ります。

費用 (税別)

1回分の原稿作成料 80,000円

CS向上コンサルティング・教育②(社内検定カスタマイズ)

【CS教育の企業導入例2 完全カスタマイズ型】



参考資料① カスタマイズ eラーニング SAMPLE

理論編

お客様がまだ言葉にしていない要望に気づく行動をする①



10月から始まった「CS便り」でも幾度となく取り上げていますが、満足度を高めるためのステップ2、3を実現することは、企業の価値を示すものでもあります。まずは、満足度を高める3つのステップの理解度を自己チェックしてみましょう。

修得のポイント

顧客の「真の期待」に気づくためには、満足度を高める3つのステップを理解しておくことが必要である。



ステップ1

自分が明言した要望・要求に対して、応えてくれた
⇒ ○○○○への感謝を込めた満足

○○○○○○○○○○としての技術力の発揮を実践しなければ!

○○○○での実績に基づく信頼に応える
(当たり前のことを当たり前)

ステップ2

自分がまだ言葉にしていない潜在的なニーズ(自覚がある)に先手で応えてくれた
⇒ ○○○○への強い信頼を込めた満足

□には出さないけれど、もう一步踏み込んだ気づきがあってもよいのでは!と思われるぞ!

○○○○○○○○としてのサービス力を発揮する

ステップ3

プロセス → 結果 価値共創

自分がまだ言葉にしていない、もしくは思ってもみなかった潜在的なニーズに応えてくれ、課題解決までしてくれた
⇒ ○○○○の新たな価値を発見した感動

「難しい挑戦」だと思っても、提案をしてみるべきだよ! そこから、お客様との深いつながりができて、共に進化をすればいいのさ!

お客様の期待を超える問題解決にチャレンジする

実践編

お客様を深く知っている○○○○○○○○の対応フロー



心得が整ったら、○○○○○○○○の専門性を活かしたCS実践行動をフローで理解しましょう。

お客さまの要望を受け入れる

「聴く」ことなので、「できる」と答えることはありません。「あなたのしたいことがよくわかりました」という信号を送る、ということです。

事前期待

事前期待の再設定

要望実現のための専門家としての提案

思ったとおりにして欲しい

専門性の高い見解や情報を伝えることで、お客様の理解のもとに譲歩をいただいたり、方針を少しだけ変えていただく交渉です。

交渉

お客様のしたいことをコントロールする



「できません」と答えるだけではCSにはならない、ということです。そりゃそうですね。(笑)



ご理解いただけないとはいませんか? 無理だと思っても、専門企業としての見解や回答を伝えることはお客様のメリットにつながります。伝え方にコツは必要ですが。

お客様との合意

プロセスの共有



当社に旨味の少ない方向に話が進んだとしても、合意形成をすることはお客様と「共に」という姿勢が伝わります。

参考資料2 eラーニング 報告書 SAMPLE

総合報告書

B: 理解度検証結果の報告

●2020年 全体分析結果 ※100点満点

総合平均点	77.8点	総合得点率	77.8%	最高点	100点	最低点	54点
-------	-------	-------	-------	-----	------	-----	-----

●2019年 全体分析結果 ※50点満点

総合平均点	36.7点	総合得点率	73.5%	最高点	49点	最低点	24点
-------	-------	-------	-------	-----	-----	-----	-----

↑ **5.3% UP!**

●学習内容別得点分析結果

<2020年結果>

配速式設問 (40点配点)	平均点	27.3	平均得点率 (%)	68.2
---------------	-----	------	-----------	------

↓ **1.8% DOWN!**

配速式設問 (20点配点)	平均点	14.0	平均得点率 (%)	70.0
---------------	-----	------	-----------	------

↑ **8.2% UP!**

選択式設問 (60点配点 30点+30点)	平均点	50.5	平均得点率 (%)	84.2
-----------------------	-----	------	-----------	------

選択式設問 (30点配点)	平均点	22.8	平均得点率 (%)	76.0
---------------	-----	------	-----------	------

【留意】配速の得点率低下は問題を十分に読んでいないことが原因です！

管理職	一般職	合計	割合
33	23	56名	52%

P3

個別結果シート

A配速レベル評価

B	31	点
---	----	---

顧客価値の理解ができおり、満足度を高める3ステップを具体的に設計することができる。

B選択レベル評価

A	27	点
---	----	---

お客様の不満を未然に防ぎ、顧客価値を高めるためのCS実践行動を十分に理解することができる。

C選択レベル評価

B	24	点
---	----	---

お客様の本音を読み解き、顧客価値を高めるCS実践行動を駆動することができる。

総合コメント

選択問題は難しい部分はあるが、一定レベルの学習を進めている。その結果、記述問題への取り組みは、単純とした解答部分はあるが、十分なレベルで解答している。それだけに、自社の課題については、「実績と実績」「営業と実務部門の連携」と解答しているが、その結果のような「価値」をお客様に提供できるのだろうか。最終的価値を上げた「顧客価値の最大化」というような言葉で表現できるとよい。この学習成果を実務に活かしていただけることを期待したい。

今後の自己啓発学習

お客様との会議や現場担当者からの報告で「確た」「どうしてその言い方をするのだろうか」という疑問を感じることを「気づくこと」を自己チェックしてみましょう。また、お客様の価値で「良い関係性ができている」という状況が思い込みで終わっていないかを確認してみましょう。そのためには相手の変化に「気づく」観察力を身につけよう。

eラーニングをご発注いただきますと、総合報告書と個別結果シートを学習期間終了後にお送りいたします。

参考資料3 社内啓蒙資料 SAMPLE

CS 2021 October DAY ON

2021年10月号

CS便り

第1回 CS実現の基本的な考え方 「いすゞのトラックウ〜♪」のCSがすごい!

企業理念

経営方針

お客様の期待を超える価値の提供

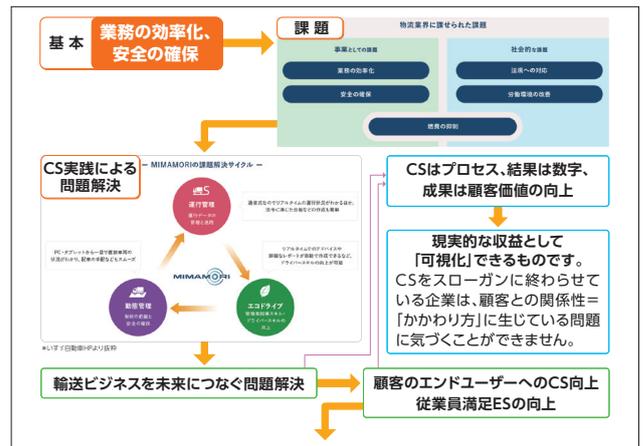
CS実践

お客様の期待を超える問題解決

CS実践行動(価値共創プロセス)

お客様の期待を超える価値の提供

CSの成果



お客様との強い関係性構築ができ、優先的なパートナーとして継続的受注を獲得できる

例) 小型トラックを中心としたメンテナンスサービスの開始

CSの結果・成果を想定している!

2026年3月期に稼ぐ力の効率性を示す自己資本利益率(ROE)を15%に引き上げることを目指すと発表しました。(新型コロナウイルス禍で販売が減った21年3月期は4%だった)

巻のCS話

なんとと言っても、いすゞの「エルフ」は20年連続で小型トラック売上No.1です。全国の輸送会社との「深いかわり方」ができているのでしょうね。日野自動車を傘下にもつトヨタが「いすゞ自動車と資本提携した理由」はここにあるのではないのでしょうか。