



スモールサンゼミ 京都通信 2 月号

2019 年 2 月 19 日
第 17 号

1 月ゼミ報告

内容報告 報告者 奥田英詔

この号の内容

1 テーマ

「ホンモノの顧客満足を徹底的に作る技術と考え方」

2 講師

顧客リピート総合研究所株式会社 代表取締役 一圓 克彦氏

3 アンケートより

今回はなし

“ゼミでの一言”

①儲ける秘訣は、お客さんになる人とだけつきあうこと

②マーケティングの勉強はするな。人は経済合理性だけでうごくことはないビジネスで成功したかったら、心理学を学べ

③赤と緑と青のコップがあって、同じコーヒーを入れる。どれが一番おいしいか？
→100%赤のコップが1位。味を決めている要素で一番強いのは視覚。

1 月ゼミは、スモールサン人気講師 1 位一圓さんの登壇でした。大変すばらしいゼミで、またもや情報量が多く、下記もっとも重要なポイントのみを記載する。

◇ファン作り。客単価をあげるのに有効な方法で、『顧客満足』をあげることがポイント。では、『顧客満足』とは何か？これが今回のテーマでした。

満足とは 2 つある。1 つは所有満足（ニーズが満たされる）だが、本当の顧客満足とは、「誰から買ったか」からもたらせる。のである

◇ニーズの 2 つ奥に、顧客満足を満たす感情がある。

お客さんのニーズのまま答えても、客は買わない。満足しない

①絶対に使ってはいけない接客用語 「いらっしゃいませ」・・・これは号令
→日本語には、ついになる言葉がある。しかし「いらっしゃいませ」は返す言葉がない。コミュニケーションがとれていない。コミュニケーション 0 の状態で、物理的距離を詰めると、人は恐怖を感じる。例えば「こんにちは」にする。適切な距離を測るためには、相手に何か発してもらう必要がある。

②適切な距離が測られると、客から何かきいてくる。しかし、YES、NO では答えない。条件交渉になってしまう。ではどう返事するか？「どうしたんですか？」と答える・・・相手は、「実はね・・・」=WANTS が返ってくる。

③（商品が欲しい理由 WHY）こうなると、WISH (BE)（欲求）が見える
眼鏡屋の場合 NEEDS (Have) → WANTS (Do) → WISH (Be)

老眼鏡が欲しい 孫に手紙を書きたい 孫ともっと仲良くしたい

目的=孫と仲良くしたい

これが顧客満足。つまり、商品のクオリティーと顧客満足は全く関係がない（以上 BtoC）。BtoB の場合は、Wish が 2 つある：経営者の WISH（会社の利益）と従業員、担当者の WISH（個人のメリット）の 2 つを満足すること。例えばリサイクルトナー（=会社の利益）を売るときに、カントリーマーム（=個人のメリット）をおまけにつける

◇WISH=欲求、欲望 人には次にある 5 つの基本的欲求がある

1. 愛所属欲求「嫌われたくない」 2 力、価値。承認欲求 3. 自由「支配されたくない」 4 楽しみ「好奇心を満たしたい」 例：スターバックスは、力の欲求を満たす場所。どや顔喫茶店 自由の欲求は、ドリンクバー

・これら欲求をどのように満たすかで、顧客は商品を購入する

『スモールサンゼミ京都 春のゴルフコンペ』

2019 年4月 13日(土)

メイプルヒルズゴルフ倶楽部

・費用 16,000 円 (予定)

