

# 2012年8月の格言

平成24年8月の格言は



お客様の「暗黙の期待」は、

一般的にどのように形作られるのでしょうか。

ふだんの私たちは、

なにに影響されて商品やサービスを買うのかをしてみると、

広告 宣伝の内容

セールストークの内容

第三者による評判 クチコミ

自分自身の利用体験

(一度行ってよかったからまた行く)

自分自身の欲求

(あそこなら期待を裏切らないだろう)

とくに の「クチコミ」による影響は大きく、

お客様が利用したことのない場合は、

このクチコミが決定的となっています。

さらに の「自分の経験」は

なににも増して確信のあるものだということが分かるはずです。

この二つに共通しているのは、

お客さまはよい利用体験をしているということ。

その結果がお客さまを増やしているのです。

お客さまの期待を間違えてつかまないように、

同業他社のサービスを一お客として意識的に経験するなどして、

お客さまが抱く期待の平均値を調べましょう。

**全社実践！お客さま満足 「お客さまは今、満足しているだろうか」より**