

お客様への責任と行動

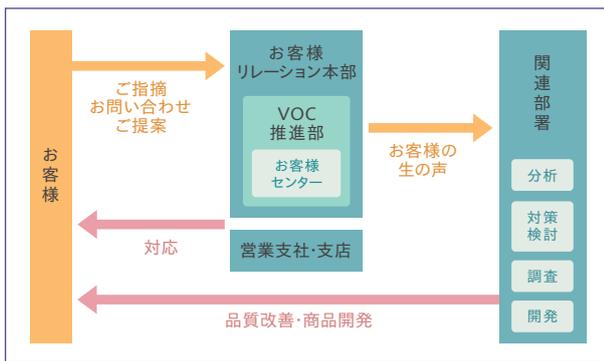
創業以来「お客様満足を第一」にお客様とのコミュニケーションを大切にしながら、いただいたご意見・ご要望をスピーディに企業活動に反映しています。

お客様の声をリアルタイムに共有

1976年より「消費者室」(現・VOC推進部※)を設置しています。現在ではお客様対応の国際規格「ISO10002 (JIS Q 10002)」に基づく対応規定を継続的に改善しつつ、お客様センターに寄せられる年間約12万件のお客様の声を全社で共有。迅速かつ的確に対応するとともに、品質改善・商品開発などにつなげています。

※VOC(Voice of Customer)=お客様の声
サントリービジネスエキスパート(株)お客様リレーション本部内に設置

○お客様情報の流れ



お役立ち情報を積極的に発信

ホームページ、メールマガジン、冊子など多様な媒体を活用し、お客様のお役に立つ情報をお届けしています。たとえば、ホームページでは商品紹介やQ&Aのほか、酒類・水に関する知識などを提供し、豊かな生活を広げるための情報発信に取り組んでいます。

「お客様視点プロジェクト」を推進

「お客様視点プロジェクト」は、常にお客様視点で行動する企業風土を醸成していこうと、2005年から全社で展開している取り組みです。お客様センターに寄せられた事例をもとに、お客様の意識・関心の変化や企業への期待などを共有する「お客様視点気づき講座」、お問い合わせ・ご意見への電話対応を実体験する「お客様視点体感プログラム」を軸に展開し、2009年は約2,200名の社員が参加しました。



お客様視点気づき講座



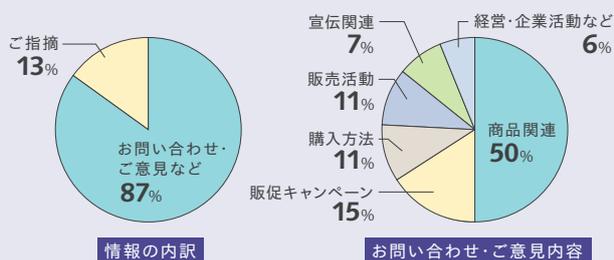
お客様視点体感プログラム

ユニバーサルデザインへの取り組み

すべてのお客様が安心してお使いいただける商品・サービスの提供をめざし、2000年に「サントリーユニバーサルデザイン基本方針」と「サントリーのユニバーサルデザイン6原則」を制定(全文はWebサイトに掲載)。容器包装の設計や保有施設の設備・サービスなど、幅広い分野でお客様の声に耳を傾けながら改善に努めています。



お客様情報の内容 (2009年実績:117,915件)



ユニバーサルデザインに配慮した商品開発～「ゆびスポットボトル」

2ℓのPETボトルについて、持ち上げたときに指先が安定しやすいよう、ボトル胴部に凹み(ゆびスポット)をつけたほか、より使いやすくなるため、胴部全体を細くし、手の小さな女性にも持ちやすいような商品を開発しました。

