

お客様コミュニケーション

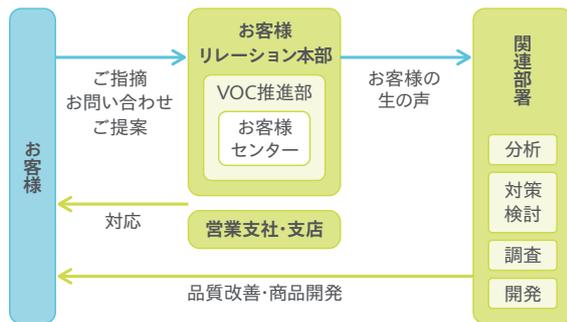
創業以来、お客様満足を第一に対話を重ね、ご意見やご要望を事業活動に反映しています。

お客様の声を企業活動に反映

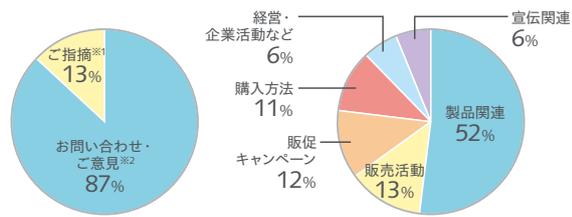
サントリーグループは、創業以来「お客様満足を第一」に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。1976年には、お客様からのご相談窓口「消費者室」を設置。現在は、お客様リレーション本部VOC※推進部として活動しています。お客様の声一つひとつに真摯にお応えし、それらを広く企業活動に反映させるよう、活動をさらに強化しています。

※VOC: Voice of Customer(お客様の声)

● お客様情報の流れ



● お客様からのお問い合わせやご意見・ご指摘の内容 (2010年実績: 109,612件)



〈情報の内訳〉 〈お問い合わせ・ご意見内容〉

※1 ご指摘: お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満・ご不快の声
 ※2 お問い合わせ・ご意見: 上記以外にお客様から寄せられる幅広いご質問やご意見

● お客様満足を追求する「お客様視点プロジェクト」 すべての社員がお客様の視点から行動する企業風土

2010年

- 正確な情報提供によるお客様満足の向上
- 新容器導入時においてお客様視点での事前チェックの強化
- グループ全体でお客様対応体制を強化、お客様対応マネジメントシステム(JISQ 10002)の導入

を醸成していこうという試みが「お客様視点プロジェクト」です。お客様から直接ご意見をうかがう機会の少ない部門も含め、全社員を対象に研修プログラムを実施しています。「お客様視点気づき講座」と「お客様視点体感プログラム」の2つのプログラムを軸に展開しており、2010年は講座開催数や対象プログラム等を拡大し、約2,230名が参加しました。



お客様視点気づき講座



お客様視点体感プログラム

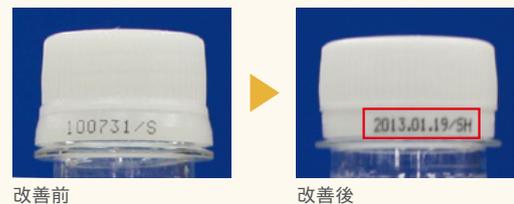
お客様のご意見を商品づくりに活用

お客様から寄せられたご意見やご要望を取り入れ、品質改善、商品開発、情報提供の充実などを図っています。また、すべてのお客様にやさしく親切なお商品・サービスの提供をめざし、ユニバーサルデザインに配慮した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積極的に進めています。

清涼飲料の賞味期限の表示をわかりやすく変更

お客様からの「賞味期限の読み方がわからない」という声にお応えし、清涼飲料のペットボトル・缶の賞味期限表示をわかりやすく変更しました。

● ペットボトルの表示



改善前

改善後

2011年

- グループ全体でのお客様対応品質・サービスのさらなる向上
- お客様視点に立脚した企業活動のさらなる推進
- VOCの社内共有・活用の強化