

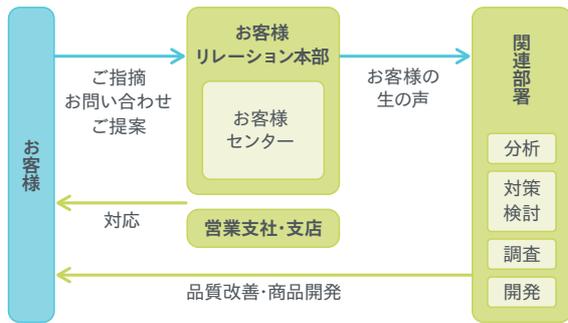
お客様コミュニケーション

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

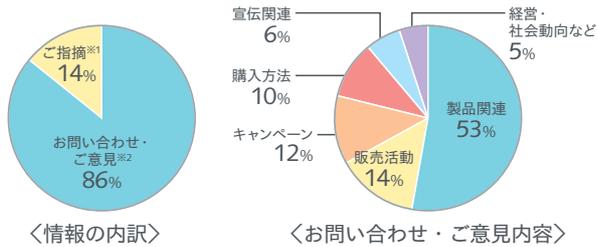
お客様満足を実現するために

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として消費者室を設置。現在は、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として活動しています。お客様の声ひと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、取り組みをさらに強化しています。

● 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 (2012年実績:96,848件)



※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た幅広いご質問やご意見

● お客様満足を目指す「お客様視点プロジェクト」

すべての従業員がお客様の視点で行動する企業風土を醸成しようとする試みが「お客様視点プロジェクト」です。お客様から直接ご意見を伺う機会が少ない部門も含め、全従業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、2012年は講座開催数や対象プログラム等を拡大し、3,137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。すべての人にやさしく親切な商品・サービスを提供するため、商品開発時には、お客様視点で事前チェックをしています。2013年も引き続き容器包装、キャンペーンなどに関するチェックを強化していきます。

TOPICS

ワイン裏ラベルの味わい表現表示を改善

お客様からの「この赤ワインは甘口ですか。辛口ですか。ミディアムボディと書いてあるが、甘いかどうかがわからない」という声にお応えし、「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。(ほんのりまろやか赤)」の裏ラベルを改善。2012年8月より、「ボディ」表示に加えて、「甘辛度(辛口～甘口)の5段階」を追加表示し、よりお客様にわかりやすく変更しています。

ラベルに甘辛度を追加