



## 資生堂、2年連続「問合せ窓口格付け」で、最高評価の三つ星を獲得

資生堂の「お客さま窓口」は、世界最大のサポートサービス業界の団体「Help Desk Institute」(米国に拠点を置くヘルプデスク協会、以下 HDI)の日本支部(HDI-Japan)が主催する2014年度の「問合せ窓口格付け」調査で昨年に続き、最高評価の三つ星を獲得しました。

最高評価を得たのは「クオリティモニタリング」部門です。これは、審査員がスタッフの通話記録を「サービス体制・コミュニケーション・対応スキル・プロセス/対応処理手順・困難な対応」の分野に応じて4段階で評価するもので、窓口のスタッフがいかに顧客の視点に立った対応を心掛けているかを評価しています。三つ星は審査を受けた企業の数パーセントしか獲得しておらず、「クオリティモニタリング」部門では、日本の化粧品業界での2年連続受賞は、資生堂が初となります。

資生堂の「お客さま窓口」は、「専門的な知識を備えた誠実な対応」に加え、「お客さまの心に寄り添った温かさ」などの点で高評価を得ました。

### HDIについて

HDIは、約5万のメンバーが加盟する世界最大のサポートサービス業界の国際機関で、経済誌「フォーチュン」の世界企業500社番付にランクインする9割の企業が加盟しています。

日本支部(HDI-Japan)では、数百社の企業が加盟しており、サポートサービスの向上を目指して、企業のお客さま窓口の評価をする「問合せ窓口格付け」を行っています。

### 資生堂のお客さま対応の取り組み

資生堂は1968年に「お客さま対応組織」を設置。その後、お客さまの声の収集と解析を担う「お客さまセンター」として、お客さま対応と情報の社内共有を進めています。

「お客さまセンター」は、1996年から活用しているシステムを進化させ、2011年4月より、お客さまの声を実タイムで共有できる顧客対応システム「ミラーシステム」を導入しました。現在は、日本を含む20の国と地域が「ミラーシステム」を導入し、問合せ状況を一元的に管理しています。

また、資生堂は、全国にお客さま対応の担当者を配置し、速やかな対応を行っています。集められたお客さまの声から重要かつ有用な情報を抽出し、迅速にトップや担当部署に伝えるとともに、継続的に追跡したうえで解決につなげるなど、リスク対応、商品や美容情報の開発・改良、サービスの改善などに取り組んでいます。

資生堂は、昨年末、中長期戦略「VISION 2020」を策定しました。この中で、これから50年、100年続く会社であるために、「お客さま起点」ですべての活動を構築し、企業価値を高めていくと謳っており、今後も「お客さま窓口」機能を高いレベルで維持していきます。