



資生堂、化粧品業界初 3年連続「HDI 格付けベンチマーク」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「HDI」（米国に拠点を置くヘルプデスク協会（Help Desk Institute））の日本支部（HDI-Japan）が主催する2015年度の「HDI 格付けベンチマーク」調査で、2013年、日本の化粧品業界で初めて獲得して以来、3年連続となる最高評価の三つ星を獲得しました。

最高評価を得た「クオリティモニタリング」部門は、審査員が窓口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す。顧客の視点に立った対応を心掛けているかが厳しく評価され、三つ星の評価を獲得できるのは、審査を受けた企業の数パーセントに留まります。

HDI の評価について

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「HDI 格付けベンチマーク」を行っています。資生堂は、「顧客に寄り添った懐の深い One to One の対応力」「今後も心地よく商品を使い続けられるように協力的にサポートするサービス体制」に対して特に高い評価を頂き、3 年目となる今回の受賞につながりました。

資生堂の「お客さまの声」対応体制

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。窓口への問合せに加え、店頭ビューティーコンサルタントを通して寄せられたお客さまの声、ツイッター・ブログなど SNS 上の声も積極的に収集しています。さらに、事業のグローバル化に伴い、2011 年には、日本の対応スキルを世界で活用するとともに、世界のお客さまの声をリアルタイムに共有できる「ミラー」と名付けたシステムを導入しました。現在は、日本を含む 21 の国と地域の間合せ状況を一元管理し、企業活動に反映させています。

資生堂「お客さま窓口」の取り組み

お客さまセンター内に設置された「お客さま窓口」は、現在、勤続平均 11 年の熟練したスタッフ約 30 名で対応しています。お客さまと資生堂をつなぐ最前線として、迅速かつ丁寧な対応に取り組んでいます。2013 年 3 月には、年齢を重ねた女性のための専用窓口「きらめき Ms. 美容相談室」を「お客さま窓口」内に開設しました。商品のことから美容情報まで、お客さまからの幅広い相談に対応可能な経験豊富な美容アドバイザーを配置するなど、お客さまの気持ちに寄り添った対応を強化しています。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、今後もスタッフ一人ひとりが企業の代表としての意識を持つとともに、お客さまのニーズや社会の期待に応えていくことで、社内外から信頼される窓口を目指します。

本件に関するお問い合わせは、資生堂広報部までお願いします。
電話 03-6218-5200(広報部直通)