## 顧客満足度調査のアンケート

顧客満足度調査のアンケートでは、対象となる商品やサービスの満足度を直接質問する、 以下のような項目を見かけることが多いです。

・この商品にどの程度満足していますか? (満足・どちらともいえない・不満)

顧客の「評価」を知るための質問としては、文章自体は何も間違ってはいません。 しかし、このように直接的に「評価」を問う項目のみで構成されるアンケートは、失敗に 終わるでしょう。

例えば、「不満」の回答が多かったアンケートから、企業は「顧客はこの商品に不満である」 という事実を知ることしかできません。

顧客が抱く「不満」を改善するためのヒントを何も得られていないため、改善案を出すことは難しいでしょう。

「評価」を探る質問の後には、必ず「要因」を探る質問をしてください。

・この商品に望む改善はありますか?

(色のラインナップを増やしてほしい・軽量化してほしい・値段を安くしてほしい・その他)

顧客満足度調査では良い結果が出ているが、なかなか業績が上がらず悩んでいる企業も多いと思います。

満足しているはずの顧客がなぜ商品を購入しなくなったり、サービスを利用しなくなったりするのでしょうか。

その理由は、「他にも良い商品やサービスがあるため」かもしれません。

顧客がアンケートに答える際、自社の商品に対して特に不満がなければ、「満足」と回答します。

しかし、この質問で重要なことは、自社の商品に「1番満足している」と感じているかどう かです。

競合他社の類似商品でも満足しているかもしれません。

また、競合している商品がより良いものに改善された場合、自社の商品を購入しなくなる 可能性があります。

アンケート調査で確認すべきものは、「ロイヤルティ」の確認です。

「ロイヤルティ」とは、顧客が商品などに対して感じている愛着や継続して利用する意思

を示す度合いのことを指します。

・あなたはこの商品をこれからも購入しようと思いますか? (そう思う・どちらともいえない・そう思わない)

このような質問で、顧客の「本当の満足度」を調査しましょう。

商品の価格について

満足 やや満足 普通 やや不満 不満 商品の納期について

満足 やや満足 普通 やや不満 不満 商品の品質について

満足 やや満足 普通 やや不満 不満 営業スタッフの対応について

満足 やや満足 普通 やや不満 不満 サポート対応について

満足 やや満足 普通 やや不満 不満