

顧客や取引先との“関係”を左右する “従業員の姿勢”が作る企業の“質”

従業員の姿勢は経営陣の従業員に対する姿勢次第？

本レポートの内容

- | | | |
|---------------------------|-------|----|
| 【1】“顧客の声”で宣伝する手法へのA社長の疑問 | | 1頁 |
| 【2】電話でアプローチして来る顧客の不満がヒント？ | | 2頁 |
| 【3】接客現場の“質”を上げれば売り上げは増える？ | | 3頁 |
| 【4】社内で大事にされる従業員は顧客を大事にする！ | | 4頁 |
| 【5】“会社の質が勝負を決める”とはどういうこと？ | | 5頁 |

企業の“質”という言葉が最近盛んに論じられます。しかし、それは商品やサービスの質なのでしょうか。それとも、ミスなどが少ないという信頼性なのでしょうか。

ただ、“誰にその質を感じてもらいたいのか”と考えるなら、まさに顧客や取引先であるはずで、更に“企業内の誰がその質を感じさせるか”と問うなら、ここで非常に重要なテーマが浮かび上がるのです…。

SPc 労務管理センター JINJIKEN 人事労務管理研究所

〒460-0015 名古屋市中区大井町 2-11 (同所併設)

Mail : info@jinjiken.co.jp

SPc 労務管理センター
TEL : 052-331-0844
FAX : 052-321-1108

JINJIKEN 人事労務管理研究所
TEL : 052-331-0845
FAX : 052-321-1125



SR-MIC ヒューマン・マネジメント研究会

Monthly Human Management Report by SR

本レポートは経営者および経営幹部の皆様のために作成されています！