

CS(顧客満足)への取り組み

取り組み方針

NECでは、グループ従業員すべてが、お客様の期待をとらえて、考え、行動する企業文化を創ることで、お客様にとって価値ある製品やサービスを創造し、お客様から信頼され、選ばれる企業となることを目指しています。

この考え方は、創業の精神である「ベタープロダクト・ベターサービス」においても、“ベスト”ではなく“ベター”であるとしており、「決して、ある時点のベストにとどまることなく、お客様や社会にとってよりよいものを、いつまでも追求し続ける」というNECの強い思いが込められています。

「ベタープロダクト・ベターサービス」の精神は、創業当時と事業内容が変わった今でも、Principlesの1つに掲げられており、NECグループのDNAとして脈々と受け継がれています。

こうした考え方のもと、NECでは、1992年にCS向上活動の基本コンセプトとして、CSマネジメントの意義・活動体系・ゴール・行動指針からなる「CSM(Customer Satisfaction Management)コンセプト」を策定しました。

CSMコンセプト

広告・宣伝活動においては、法令や規定を遵守するとともに、「NECグループ広告/動画/カタログ制作ガイド」や「NECグループWebサイトガイドライン」など、デザインやアクセシビリティ、制作上の注意点などについて各種ガイドラインを定めるとともに、SNSが一般に普及する以前から「ソーシャルメディアポリシー」を社外に発信するなど、公正かつ適切な表示・表現を用いるよう努めています。広告・宣伝活動において、違反やその恐れがある場合には、関係省庁の指導に基づいて適切に対処しています。

2020年度は、マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例はありませんでした。

NECグループソーシャルメディアポリシー

推進体制

NECでは「お客様からの声(VoC)」をさまざまな接点で継続的にとらえて、タイムリーに事業運営に反映させる活動を推進していますが、その一環として、年2回のお客様満足度調査「NECグループお客様アンケート」を実施しています。

この結果はマーケット状況の調査内容などとも合わせて社長をはじめ経営トップに報告されるとともに、関連の事業領域とも個々に共有されてCS向上に向けた活動のPDCAサイクルを回しています。

お客様とのコミュニケーション窓口としては、個人・法人のお客様別、製品別に各種お問い合わせ窓口を設け、ご相談、ご意見、ご要望をお伺いしています。また、NECの製品、システム、サービスについてご相談いただくための国内総合窓口として、「NECカスタマーコミュニケーションセンター」(CCC)を設けています。

なお、海外のお客様からのご相談については、NECグローバルサイトにご用意しているお問い合わせフォームにご記入いただき、メールによる対応を行っています。

NECのCS向上活動

お問い合わせ窓口

施策と2020年度の主な活動実績

●「お客様からの声(VoC)」に基づく活動の推進

NECは、CS活動をお客様への価値提供に向けた事業活動の一環であるとして、各事業領域の特性に即した取り組みを推進しています。2020年度は、グループ全体として改善に取り組む必要があると考える領域に対しても、横断的な対応も展開してお客様の声に積極的に応えました。

●お客様から選ばれ続ける活動の推進

NECとお付き合いいただいているお客様との持続的な関係を作るために、2020年度はご利用、運用時の情報もお客様の声としてとらえて、お使いただいている製品やソリューションの効果や利便性を高めるための取り組み(カスタマーサクセスの推進)を開始しています。

●CSマインドを醸成し、行動に移すための教育の実施

当社では自ら気づき自立的に改善に取り組む人づくりを目指しCSマインドの醸成に取り組んでいます。

CSの基礎となる共通プログラム「お客様を意識して仕事を進める」をはじめ、お客様起点での行動を日々の活動の中で具体的に実践するためのCSマインドの醸成による意識づけから、具体的な行動につなげるためのアプローチ方法の習得、さらに、事例を通して顧客価値創造、CS向上のポイントを学ぶなど、CSを意識から行動へつなげるための一連の教育プログラムを展開しています。

2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、定期的に集合形式で実施していたプログラムを、オンライン形式に変更して継続開催しました。オンライン化に際しては、インタラクティブな進行やお互いの顔が見えるコミュニケーションなどにより臨場感のある講義にすることで、これまでの集合開催のクオリティを維持しつつ、全国的な社員への受講機会を拡大し、CS向上に向けて企業文化の醸成を継続して促進しました。