

企業

- ・世界レベルでの最高峰をほこるリッツ・カールトンの事例をわかりやすい解説と具体例を交えて講演いただき多くの気づきを得られた。CSが大切なことはあたりまえで、いかに浸透させ、現場で発揮できるか
- ・リッツカールトンがなぜ現在のブランド力、CSを維持できているのかよくわかる内容だった。お客様から要望はもちろん、先回りしてお客様に提案する。期待以上のことをやって差し上げることがCSにつながり、さらにはリピーターや口コミを呼び。更には、会社のブランド力が向上し、働いているスタッフのモチベーションアップにつながっていくという好循環が生まれる。まずすべきことはスタッフが先回りしたサービスを提供すること。その環境を作るためには施策が必要であること、管理職の考え方やコミュニケーションが必要になってくることを学んだ。素晴らしい講演でした。
- ・リッツカールトンのホスピタリティはTVなどで見たことがあり興味がありました。リッツカールトン大阪の創業の責任者をされていた四方氏の創業当時のエピソードは大変興味深かったです。最初から今のリッツカールトンブランドが浸透されていたわけではなく、そこにはクレドカードの和訳など日本人の特徴を生かしながら、アメリカのリッツカールトン文化を浸透させていくための施策があることを知った。また採用も重要であることを学びました。
- ・ホスピタリティはもちろん、ハード面もリッツカールトンは徹底されている。妥協がない。
- ・四方氏の人柄がリッツカールトンというホテルを象徴していた。内容はもちろん、話し方や立ち振る舞いからホスピタリティを感じる方でした。話もお上手で聞きやすかったです。
- ・実際にクレドカードのコピーを見ながら丁寧に使い方について説明していただき勉強になった。
- ・モチベーションのキーワードは「信頼」「成長」。部下を信頼するということは簡単なようで難しい。ただすべては信頼から始まる。そのために日頃のコミュニケーションをどうとるか、話す内容がぶれていないか、承認できているか。その確認をするよい機会になりました。
- ・リッツカールトンのホスピタリティの原点を知ることができました。異業種ですが参考になりました。
- ・スタッフは、お客様からの賛辞のお手紙もうれしいが、それよりも同僚や仲間からのお手紙の方がもっと嬉しいというお話。同僚に書くサンキューレターは早速導入したいと思います。
- ・リッツカールトン大阪は、廊下が狭く迷路みたいになっているのには理由があることを知った。家具や照明、絵画など一点一点、四方氏が捜し歩いたというお話には驚いた。徹底されている。
- ・リッツカールトン大阪に暖炉がある理由。本物の火を使っている理由。お客様に、第二の我が家のように感じていただきたいというコンセプトのもの、すべてのものに理由があった。
- ・お客様情報は、ホテル内だけでなく世界中に共有されているのは素晴らしい。お客様の期待を超えるためには世界中のリッツカールトンのサービスマンがチームワークで協力しあう必要があることを学んだ。
- ・内容も素晴らしいが、四方さんが本物感がすごかった。リッツカールトンを初めて日本にもってきた方なので当たり前だが四方さんのお話を生で聞いたことがなによりに収穫でした。