

無料

プランナーの接客を覆面調査

ザ・ホスピタリティチーム

調査員は対象エリアの結婚予定カップルで獲得チャンスも

ザ・ホスピタリティチーム（長野県松本市）はウェディングプランナーの接客を覆面調査する「THE顧客主義」を開発し、12月からサービス開始している。自社の接客を客観的に判断する仕組みとして提案する。

外食産業向け覆面調査のパイオニア、MS&コンサルティング（東京都中央区）と共同開発した。日頃、何気なく行っている接客がお客から見てどのように映るか、客観的に判断できることが魅力だ。自社の強み・弱みを理解してウェディングプランナー教育などに生かせる。

依頼を受けると、MS&コンサルティングが抱える約32万人のモニター会員の中から、結婚が決まってお、かつ該当婚礼施設のターゲットエリアに在住するカップルを派遣する。そのため、覆面調査モニターが婚礼客につながる可能性も高い。

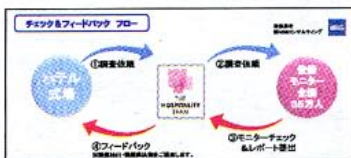
アンケート内容は、「カップル

だけでなく両親への配慮があったか」「不安や悩みに対して一緒に悩んでくれたか」など約70項目程度。モニター該当者は事前に、ネット上で各チェック項目の判断基準や判定する理由などを把握した上で、調査に臨む。

調査結果は、実施から1、2ヵ月後、報告する。その際、接客の課題抽出も行う。1レポートあたり、3万5000円。

多店舗展開する企業では、社内の総合力コンテストで利用するケースもある。覆面調査結果で接客上位店舗を絞り、上位施設の支配人が教育や経営で取り組んでいる内容とその結果などを発表し、1位を選出する。従業員力や経営力など、各施設を総合的に判断できる。

「こういったコンテストで上位入賞すると、モチベーションも向上します。優秀な人材確保の効果も高いです」と語るMS&コンサルティング砺波敬之マネージャー。



▲自社の接客力を客観的に評価

聞き、挙式披露宴のテーマに合った音楽を提案している。

「外国人アーティストのプロデュースや派遣では経験・ノウハウともに豊富です。これからも質の高い“音でのおもてなし”のお手伝いをしていきたいと思っています」と樽井秀子代表取締役は話す。

今後は、有名アニメやゲームの作曲を手がけるスタッフを中心として、カップルの思い出をテーマにしたオリジナル



実施

規模ホテル
ベニュー
り込んだ
り〜400室
いやすい



のみで小
生も高い。
では、贈
している
スだけで
リザーブ
ディング
テムとの
「います」
部長。

カップルの思い出を
オリジナルソングにも