

競争が激化するハウスクリーニング業界において、既存顧客の満足度向上および新規顧客の開拓を目指し、顧客情報収集を推進。効率よく収集するためにフォーム作成ツールの活用を試行。

有限会社くまハウス				https://www.kuma-house.jp/index.html	
本社所在地	松江市菅田町212-6	資本金	1,000万円	事業概要	アパート・マンション等のハウスクリーニング、事務所・一般家庭のハウスクリーニング及びエアコン洗浄、お墓の清掃等掃除に関する事
代表者名	熊谷悦子	従業員数	4名		
設立年	1999年	業種	ハウスクリーニング業		

背景

- 浜田店と松江店を設け、ハウスクリーニング事業を展開しているが、大手企業の県内進出もあり、競争が激化している。
- 長く運営している浜田店では巣ごもり需要が一巡したことによる売上の維持拡大が課題であり、新規営業点である松江店では新規顧客開拓が課題である。
- 課題の解決を図るためにも、顧客管理ツールの導入および活用や、WebサイトやSNSの活用を進めていきたいと考えていた。
- 業務効率の改善によって、社員の働き方改革にも繋げていきたいと考えていた。

計画の骨子

取り組むべき課題の整理

- ▶ 当社の経営課題を解決していくためには、顧客データを収集し、分析できるような管理の仕組みが必要だと整理した。
- ▶ さらに、顧客満足度のフィードバックをお客様から収集し、事業活動に活用していく仕組みも必要だと整理した。

代替策も含めたデータ収集の試行

- ▶ 従来ヒアリングをして紙に記入していた顧客情報や顧客満足度情報を『Google フォーム (Google社)』を用いて収集することとし、その収集したデータはノーコードツール『kintone (サイボウズ社)』に転記して管理することを試行した。
- ▶ 転記作業が不要になるように『Google フォーム』の代替策として『formrun (ベーシック社)』も試行し、『kintone』へのデータ自動反映が可能であることを実証した。