



Paris
Miki

PARIS MIKI

「お客様お一人おひとりに
合わせる文化」の
創造と進化を
クアルトリクスで実現



パリミキでの導入から利用まで

+ 時代の変化に直面し、改革を決断

1930年に時計と眼鏡の販売店として創業した大手眼鏡チェーンのパリミキは、「顧客の声に耳を傾ける」ことをポリシーに、店頭でのハガキ配布によるアンケートやフィードバック会を通じて常に改善を図るなど、質の高い接客とサービスを誇りに、順調に成長を続けてきました。しかし、格安眼鏡チェーンの相次ぐ台頭などの急激な変化により、同社の経営環境も大きな変化に直面することになりました。

+ 現実を正しく捉え、具体的な変革を実行するためのツールとしてのクアルトリクス

新たな市場環境の中での再成長のため、「現実を正しく捉え、具体的に実行する」ことを急務とした同社は、顧客評価をタイムリーに可視化し、接客における自社基準をクリアするためのPDCAを実現することを目指しました。

この目的の実現に向け、同社が改めて目指したのが、「お客様の『声』を正確に、適切なタイミングで収集・分析・把握し、サービスの改善点をリアルに把握すること」でした。また、オムニチャネル化が進む中、オンラインや店舗などの販売形態はもちろんのこと、それぞれの地域や店舗形態など、様々な形態ごとに応じたニーズに合わせたサービスを展開したいとの思いもありました。これらのニーズに応えることができるソリューションとして選択されたのが、クアルトリクスのカスタマーエクスペリエンス(CX)ソリューションでした。

様々なお客様の声を取得・分析するための多様なサーベイに耐えられる拡張性があること、年齢・地域などの属性に基づいた結果の集計が、統計学やソフトウェアに関する知識のないメンバーにも簡単に実施できること、各店舗や役職等に基づいた権限管理が利用できるため、調査結果を迅速に各店舗に展開でき、店舗ごとの改善活動を促進できることなどが評価されました。

+ 顧客の声に基づき、全社ぐるみでCX向上に取り組む

クアルトリクスのCXソリューションを導入したパリミキでは、クアルトリクスのプラットフォームを利用してネット・プロモーター・スコア(NPS®)を計測し、接客・接客マナーに対する評価を収集することでCXの向上を実現し、顧客が求めるエクスペリエンスの傾向を迅速に理解するとともに、自社が提供しているエクスペリエンスとのギャップを把握し、タイムリーな改善活動に取り組んでいます。

ハイライト

顧客評価の
タイムリーな可視化

店舗ごとの
改善活動促進

NPS計測の
スムーズな実施

今後も、お客様の気持ちと店舗側・会社側の気持ちのギャップを埋めるため、『お客様目線』でのCXを提供していくために、クアルトリクスを活用していきたいと考えています。

恒吉 裕司 氏
株式会社 パリミキ
代表取締役社長

