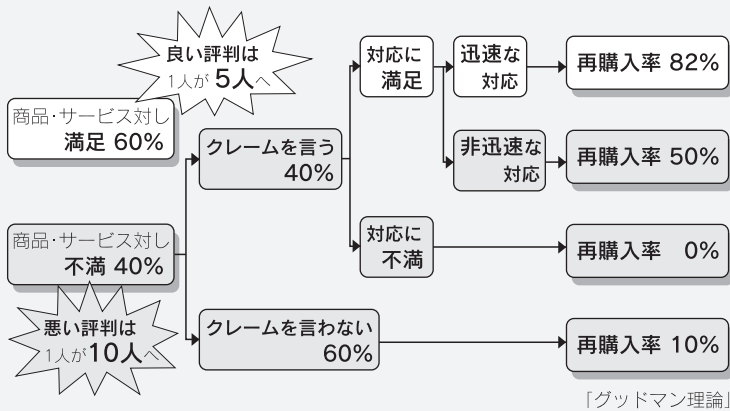




## クレームのお客様を再購入客にする法則

### 『ジョン・グッドマンの法則』

『ジョン・グッドマンの法則』をご存じの方は多いと思います。これはアメリカのジョン・グッドマンさんが行った調査をもとに、佐藤知恭先生が作成した理論で、これは図で表すと次のようになると言われます。



つまり、

- (1) 商品やサービスを買って満足しているお客様は60%、残りの40%は何らかの不満を持っている
- (2) 不満を持ったお客様がクレームを言われる割合は40%。残りの60%はクレームを言われたい
- (3) 不満を持ったお客様で、クレームを言って、その解決に満足したお客様の商品の再購入率は、不満を持ちながらクレームを言われたいお客様より高い
- (4) 商品を買われ不満を感じた場合、お店にクレームを言われたいお客様の再購入率は10%、残りの90%のお客様は次から黙って別の店で購入している
- (5) クレームを行なったお客様の中で、解決が迅速で、お客様の満足につながった場合、82%のお客様が再購入をしている。つまりクレームに迅速に対応し、満足した結果が得られた場合はリピーターになって頂けるという事
- (6) 対応には満足だが迅速ではないと感じた場合は、50%の再購入率



- (7) クレーム処理に不満の非好意的な口コミ(悪い評判)は、満足したお客様の好意的な口コミ(良い評判)より2倍も強く影響を与える。良い評判は4~5人に伝え、悪い評判は9人~10人に伝える。さらに20人以上に伝える人が12%~13%いる
- (8) クレームを言ってクレーム対応にも不満のお客様の再購入率は0%

この法則をまとめると、

- ① 苦情を言われたお客様に、迅速に満足した解決策を提供できた場合、そのお客様はリピーターとなると共に、他の人に無料で宣伝してくれる
- ② 苦情を言われるお客様は、会社やお店の足りない部分を教えてくれるだけでなく、苦情を言わないお客様より、ずっとお店に利益をもたらしてくれる
- ③ 苦情対応に納得しない人の口コミは、会社やお店の信用に大きく影響を及ぼす
- ④ 苦情処理に不満を抱いたお客様の悪い評判は、満足した顧客の好意的なクチコミと比べて、2倍も強く販売の足を引っ張る



ということになると思います。

### 「1:5の法則」と「5:25の法則」

これにつきまして次の2つの数値(法則)を思い出しました。

#### ①「1:5の法則」

新規顧客を獲得するコストは、既存顧客を維持するコストと比べて5倍かかるという法則。例えば1人の既存客を維持するのに二千元かかる場合、新しく1人の新規客を作るのには、その5倍の一万円かかるということ

#### ②「5:25の法則」

顧客離れを5%改善すれば、利益は最低でも25%以上改善されるという法則。これは新規客を作るのに大変な経費(コスト)がかかり、流出客を現在より5%少なくするだけで利益性は25%も良くなるということ

改めて、お客様の大切さ、常連客様の有り難さ、そしてクレーム対応の大切さを痛感しました。