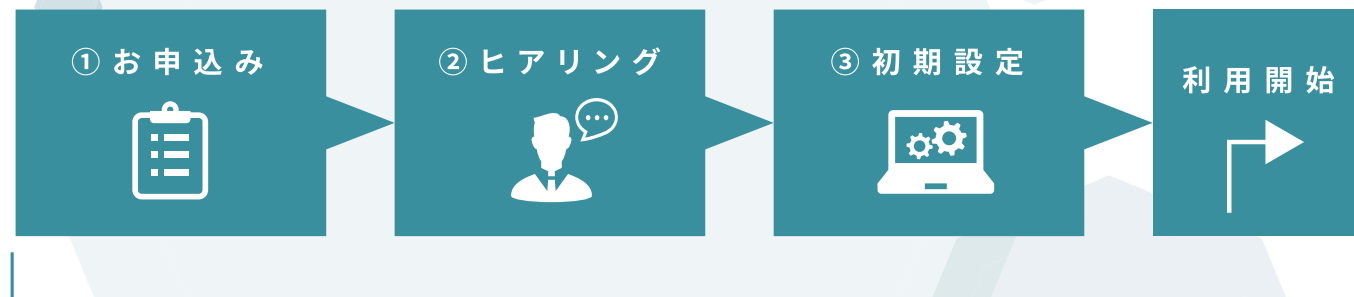


導入までの流れ

How to

弊社スタッフが、ご利用開始までしっかりサポートさせていただきます。



約 2 週間

注意事項

- ・導入までの流れ、期間はあくまで一例です。詳しくは営業スタッフにお尋ねください。
- ・SMS、与信設定の状況により、利用開始までの時間が伸びる場合がございます。

主なヒアリング内容

- ・評価対象店舗情報
- ・評価対象スタッフ情報
- ・各種権限付与者情報
- ・アンケート内容（設問・回答）

会社概要

About us

会社名	株式会社サブスコア
代表	代表取締役社長 沼田至
住所	東京都千代田区神田練堀町3 富士ソフト秋葉原ビル
設立	2019年6月3日
資本金	3,000万円

モノからコトへ、コトから価値へといった顧客の嗜好の変化へ対応するためには、良いサービスを提供し続けることで安定した顧客を確保し、顧客も満足して何度もリピートしていただくことが重要です。

定額制サービスのサブスクリプションに限らず、店舗型・訪問型等も含めたあらゆるサービス業態において、この「カスタマーサクセス」が最も重要な指標となってきています。

このカスタマーサクセスを測るためには顧客の声を収集し、サービスの改善につながるアクションやサービス提供人材の育成を行うことがビジネスの成功につながります。

SUBSCOREはこのカスタマーサクセスを定量化し、顧客との継続的に良好な関係を築くことをサポートする顧客評価スコアリングサービスです。

SUBSCORE

<https://www.subscore.co.jp/>

お客様の声を可視化する

SUBSCORE

 サブスコア

喜びの声は集客に。心の声は改善に。お客様の声を余さず活用。

声が聞ける

お客様から見た店舗の評価をアンケート機能で手軽に集めることができます。



課題が見える

ダッシュボードでアンケート結果をもとにお店の課題を分析することができます。



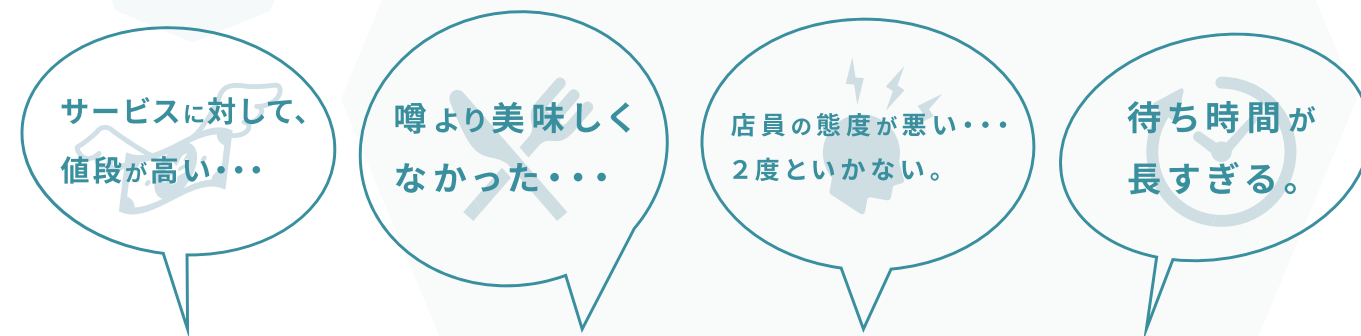
傾向が掴める

アンケートを蓄積することで店舗ごとの施策に対する効果検証を行うことができます。



気づかないうちに **お店の評価** 落ちてませんか？

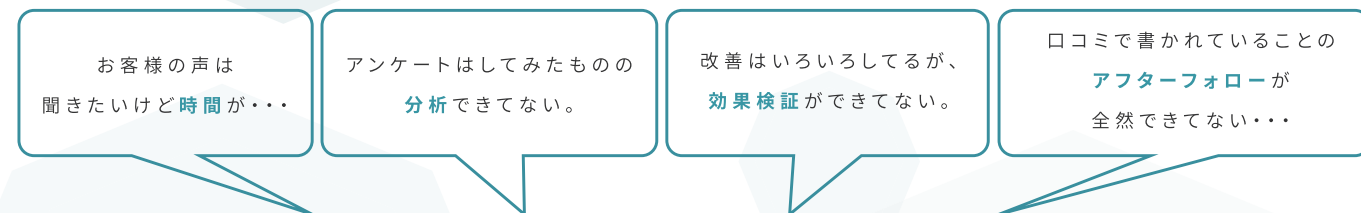
店舗への来店基準は、日々お客様から発信されるSNSや口コミでの評価に左右される時代になりました。これらの「**お客様の声**」は、オーナー様に届く前に知らないところでどんどん拡散されます。特に「**不満**」があったときは、なかなかその場で言えない分、ポータルサイトやSNSで「**口コミ**」として拡散されてしまいます。



原因は、価格？クォリティー？待ち時間？言葉遣い？・・・
すべてのカギは **お客様の声** にあります。

課題は **課題** そのものが見えにくいことにあります。

ただ、現場やオーナー様にも様々な悩みがあり、お客様の声を把握しようにもできていない現状が多く見られます。その結果、お店の「**課題**」が何であるかわからないという結果になってしまうのです。



SUBSCORE は、

その悩みをすべて解決できる機能がそろってます。

SUBSCORE 機能紹介

かんたんアンケート・メッセージ作成機能
簡単にオリジナルのアンケートや定型文の設定が可能です。



口コミ依頼機能
お客様の良い評価はそのまま各種口コミサイトへの投稿依頼ができ、集客のサポートにもつながります。



リアルタイムに顧客の声を把握
お客様に回答いただいた声はリアルタイムに把握することができます。



簡単分析機能
店舗単位・人材単位での評価分析、比較が可能で、人材育成へ活かす事も可能です。



低評価アラート機能
低評価の声が入ったときはアラートを表示する機能があり、適切なアフターフォローにつなげることが可能です。



各種レポート出力
簡易レポートだけでなく、お客様からの回答結果などは出力する事もでき、様々な分析が可能です。

集めた **お客様の声** を **活** かしませんか？

お客様の声は大きく分けると3つあると考えています。一つはお客様が感動した時の「**喜びの声**」、もう一つはお客様が不快に感じた時の「**不満の声**」そして、最後は声に出さない「**心の声**」。当社はこの聞かなければ届かないお客様の「**心の声**」にこそ、店舗運営の重要な要素が含まれていると考えています。

SUBSCOREなら、**喜びの声**は集客に。**心の声**は改善に。お客様の声を余さず活用。

Good 喜びの声

SUBSCORE なら、**お客様の喜びの声を簡単に各種口コミサイトに連携できます。**

また、収集した「**喜びの声**」を活用して、従業員のモチベーションアップや、成功事例のノウハウ化、口コミによる集客力UPにつなげることができます。

Bad 心の声 不満の声

SUBSCORE で原因を分析して、**改善活動に取り組みます。**

聞かなければ見えてこなかった「**心の声**」は、さらなる顧客満足度の向上や、新サービスの施策を考える材料になり、すぐに改善すべき「**不満の声**」は、再発防止するためのスタッフへの指導や、サービスの見直しに役立てることができます。

口コミは **お店を知らない人に知ってもらおう** 最初の一步



Googleマップの上位表示の仕組みは、「距離」「関連性」「知名度」の3つの要素であることがGoogleより公表されており、「口コミ」は知名度の中の1つの要素となります。「口コミ」の件数やスコアにより変動するため、集客の対策に向けて重要な要素となります。