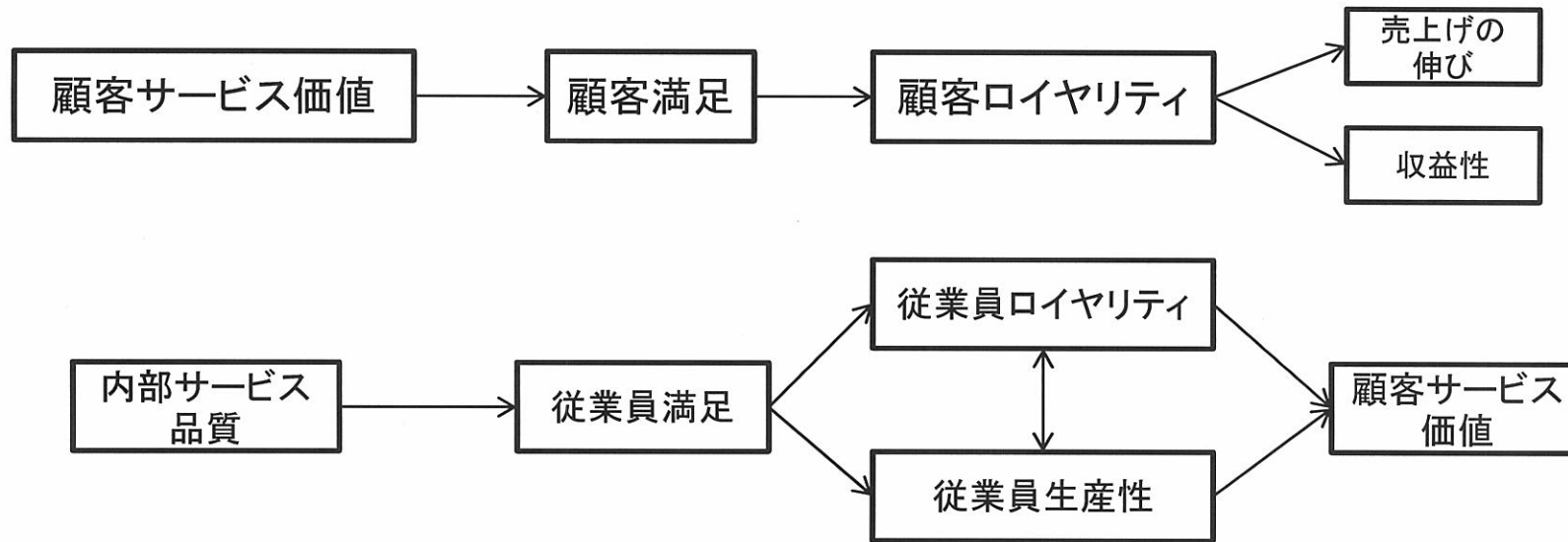
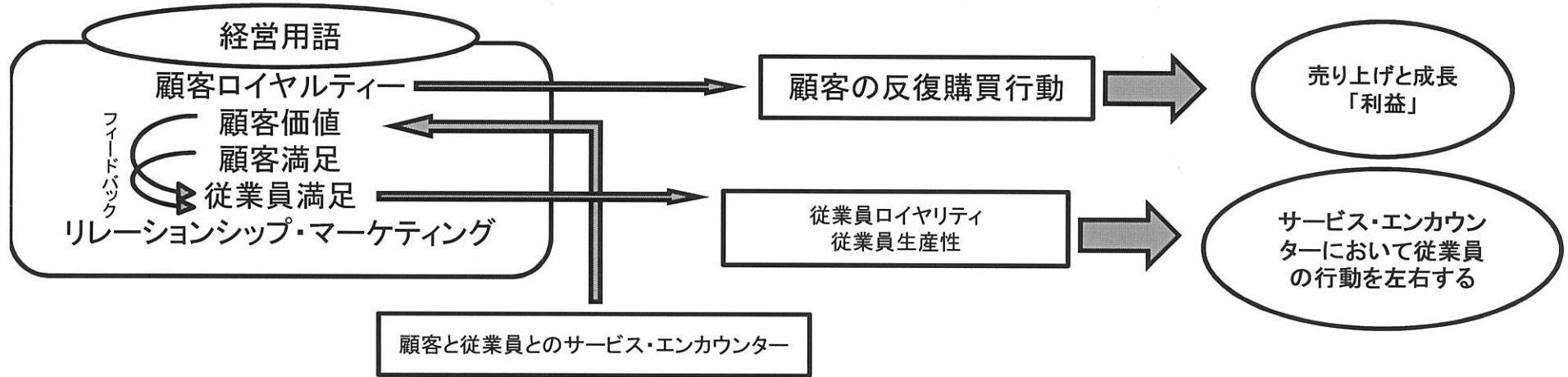
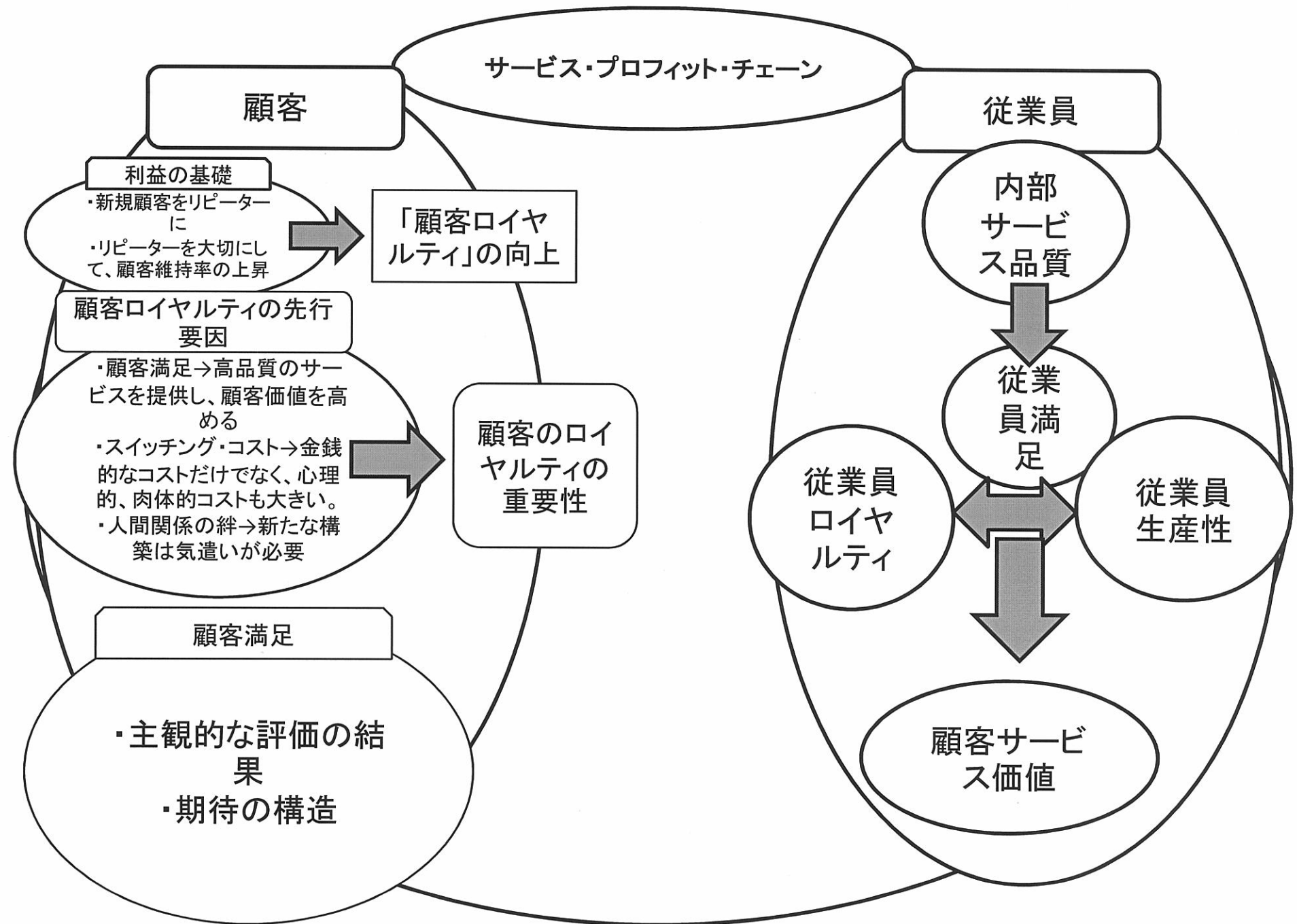
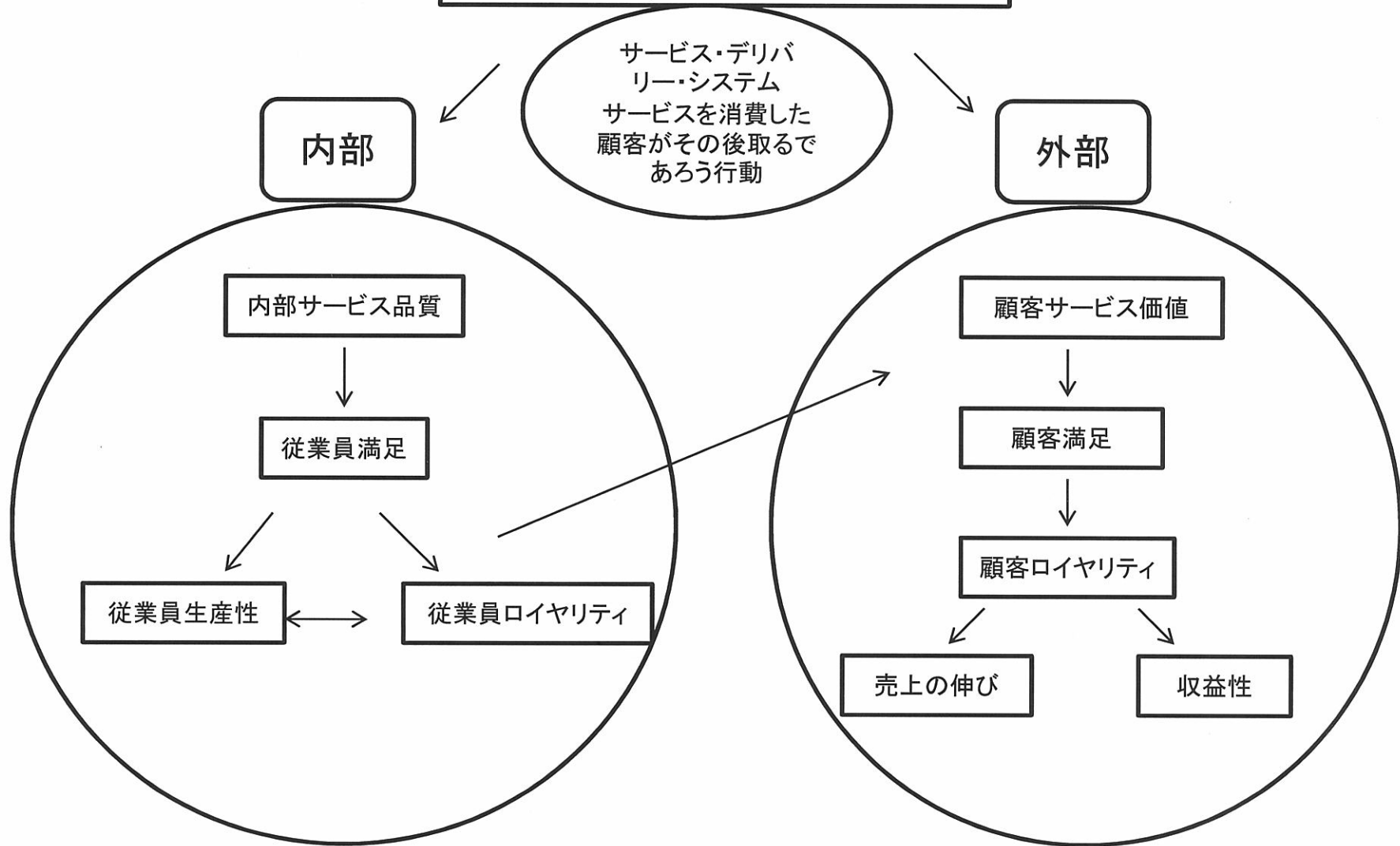


# 第13章 サービス・プロフィット・チェーン

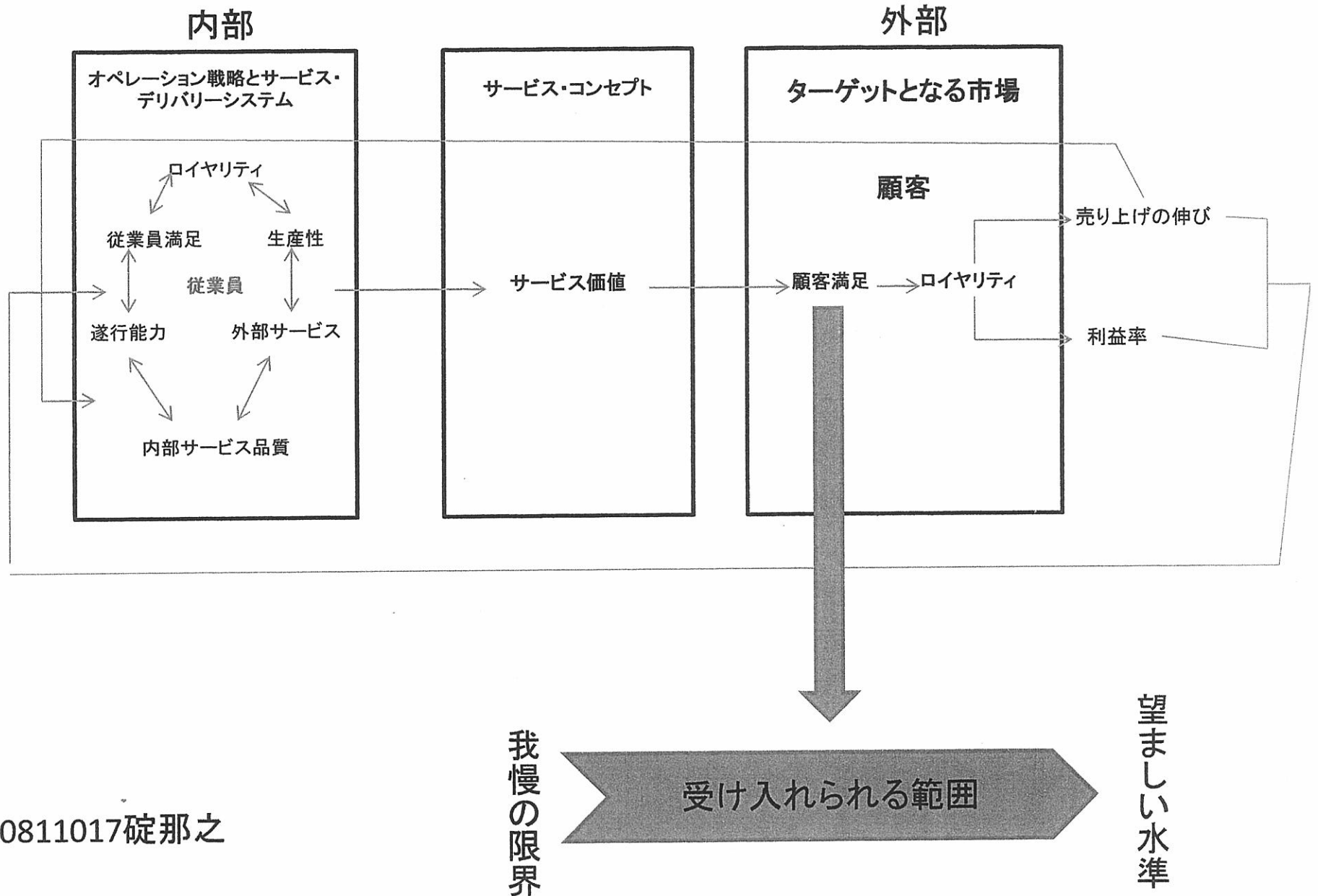




# サービス・プロフィット・チェーン



# 第13章 サービス・プロフィット・チェーン

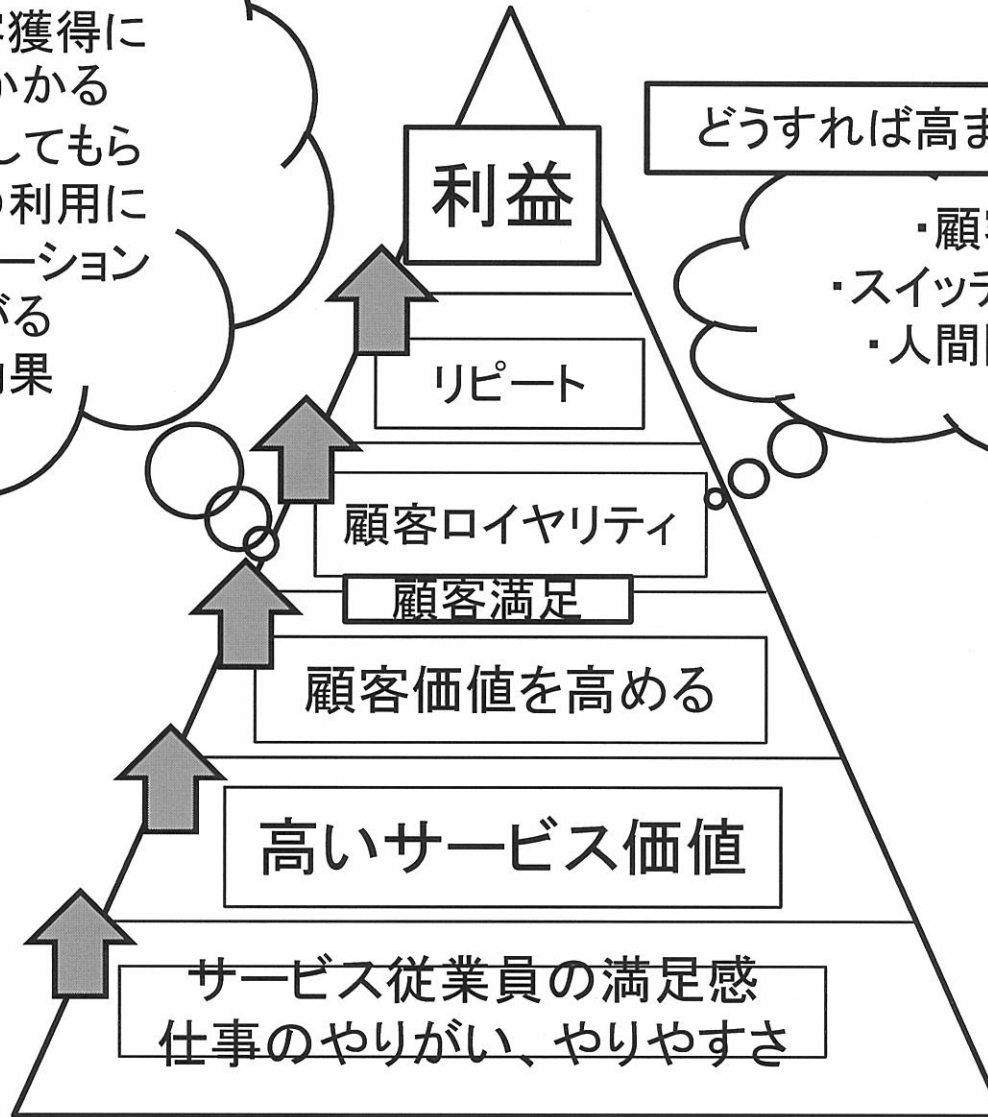


なぜ重要か

- ・新規顧客獲得にはコストがかかる
- ・何回も利用してもらうことで1回の利用にかかるオペレーション費が下がる
- ・ロコミ効果

どうすれば高まるか

- ・顧客満足
- ・スイッチングコスト
- ・人間関係の絆



第13章  
サービス・プロ  
フィット・チェーン

〔内部〕

オペレーション戦略とサー  
ビス・デリバリー・システム

サービス・コン  
セプト

サービス価値

サービス・プロ  
フィット・チェー  
ン

〔外部〕

ターゲットとなる市場

顧客満足

ロイヤリティ

売上の伸び

利益率

従業員満足

従業員

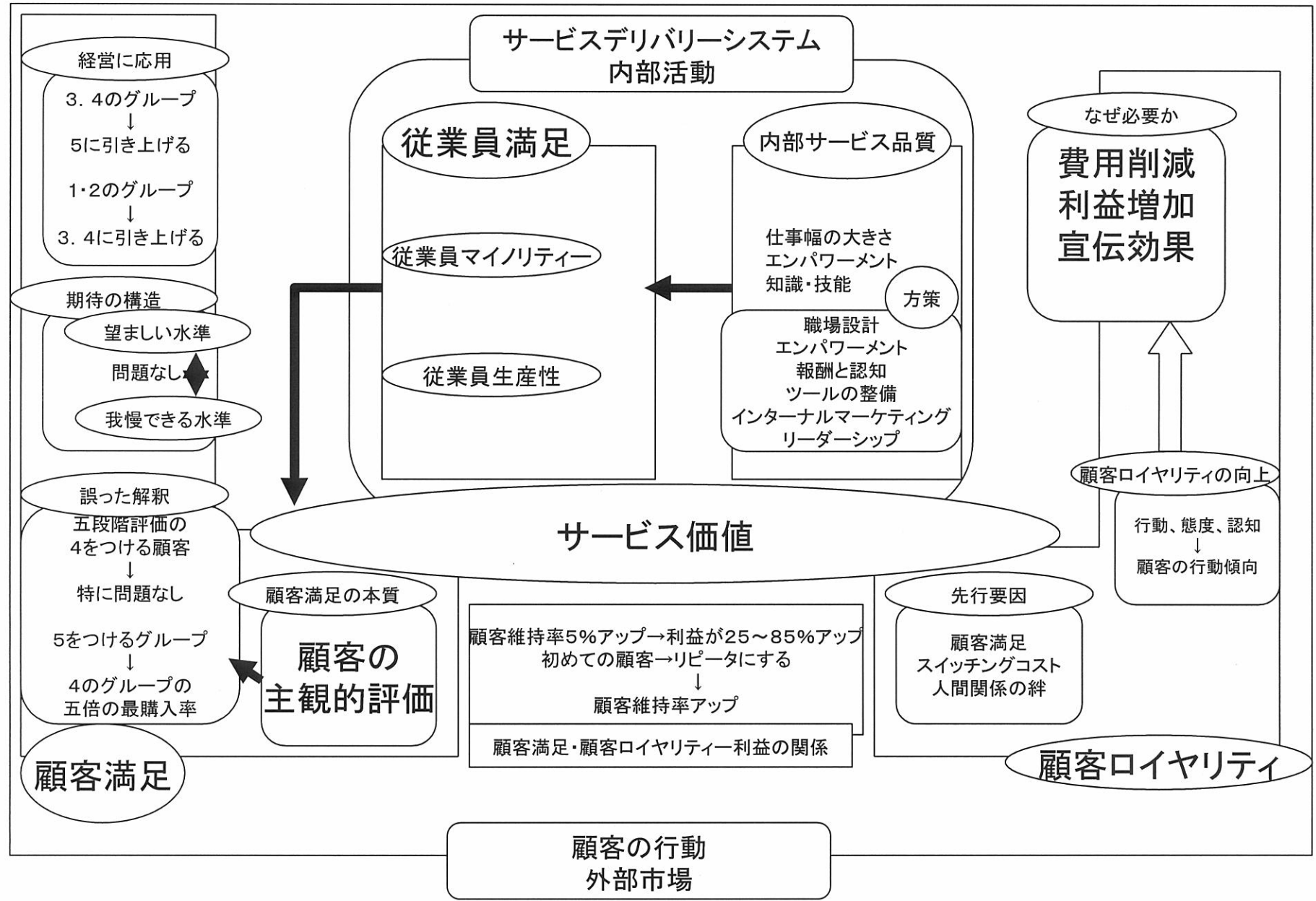
生産性と外部  
サービス品質

遂行能力

内部サービス  
品質

2017/11/13  
宮城 和也

# サービスプロフィットチェーン(SPC)



# 第13章 サービス・プロフィット・チェーン

20811225 土田和哉

