

CSマインド醸成リーフレット等 作成業務についてのご提案

株式会社インソース

お見せできない情報にはマスクを掛けております。ご了承ください。

1. はじめに

お客さまのスローガン

「**お客さまの満足」が、新ビジョンに取り組む基本姿勢**

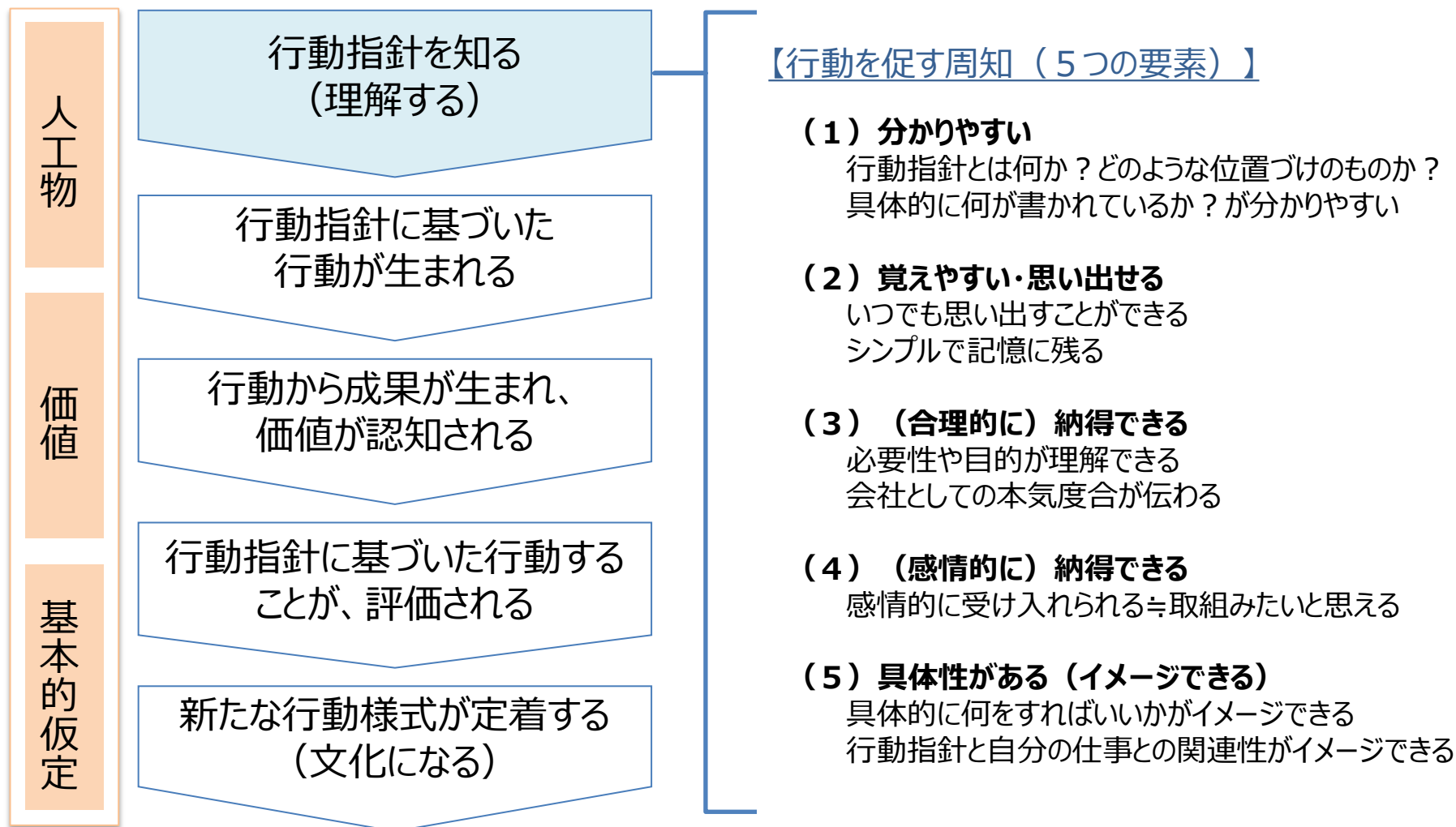
〇〇〇〇グループビジョン

お客さまのグループビジョン

⇒直接お客さまに接する機会の少ない部門（管理部門含む）も含むグループ全社員が「お客さま目線で考え、どうあるべきか？」「どうすれば将来にわたってお客さまの満足につながるか？」について考え、部門を超えて議論し、課題解決に取り組めるような組織づくりを目指します。

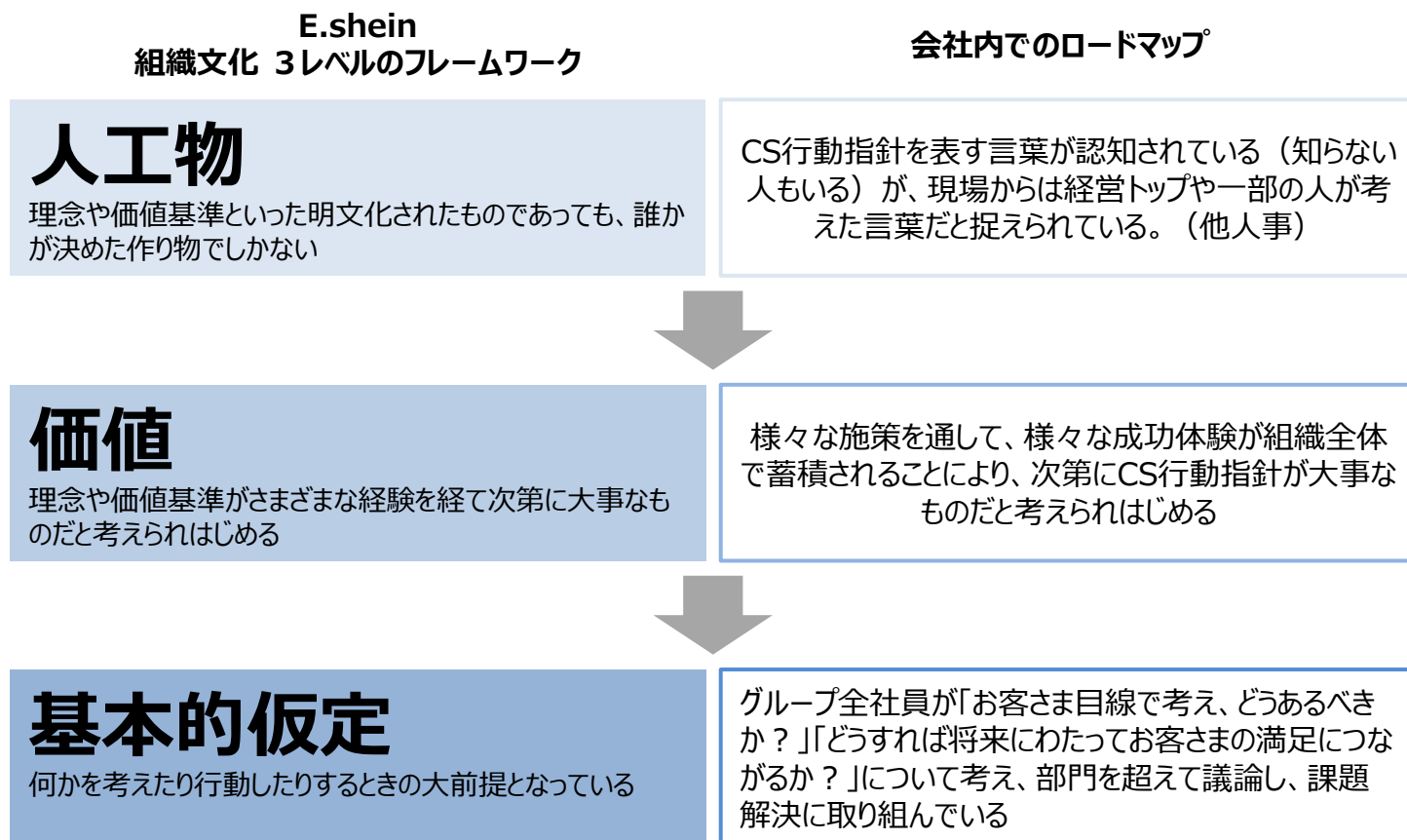
2. ご提案の全体像（1／3）

C S 行動指針策定後、指針が社員一人ひとりに浸透し、組織全体の行動様式（あるいは組織文化）が変化するまでには下記のようなステップを踏んでいきます。



2. ご提案の全体像（2 / 3）

企業文化の醸成は一朝一夕には実現されません。組織文化が段階的に醸成されていくプロセスを中長期的な視点でとらえ、最適な施策を講じていくことが重要です。



2. ご提案の全体像（3／3）

前述の「行動を促す周知（5つの要素）」に基づき、下記5つのツールを用いて効果的に周知することを目指します。

	施策	内容	仕様	要素
1	案内冊子 （リーフレット）	C S 行動指針について、分かりやすく理解できる冊子を作成する。	マットコート紙 110kg フルカラー A4 16P 5,000部	<u>分かりやすさ</u> <u>思い出しやすさ</u> （合理的・感情的） 納得 具体性
2	職場掲示用ポスター	行動指針を常に思い出せるように、また、キャンペーン感を出すために、職場に掲示するポスターを制作する。	B2 コート紙 135kg フルカラー 200部	<u>思い出しやすさ</u> （感情的） 納得
3	トップメッセージ 映像（社長など）	社長様など自ら「C S 向上の意義」「会社を挙げて全員で取り組むこと」「一人ひとりに期待していること」などについて、お話いただく。トップ自ら語ることで、取組みに対する納得感を高める。	5分程度 研修DVDとセット	<u>（合理的・感情的）</u> <u>納得</u>
4	社員研修用 DVD	社員一人ひとりが、お客さま目線で考えることを自身に関連することであると理解し、具体的に自分であればどのようなことを心がけるべきかを考えるきっかけを作り出す。	15～20分程度 DVD30部	<u>（感情的） 納得</u> <u>具体性</u>

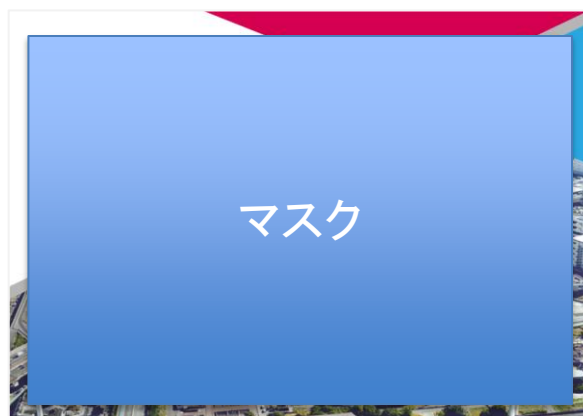
3. リーフレット企画（1／2）

■目的

C S 行動指針浸透に向けて、社員全員がC S 行動指針の目的、位置づけ、具体的に期待されていることを理解できるツールを配布する

■デザインイメージ

「表紙」



あくまで社内用資料であるため、ポップにするよりもシャープ、直線的に。多様な部署の協力で作り上げていく活動であるため、カラフルな仕上げにしていく。

伝えたいことが視覚的に伝わるように写真、イラストを多用しながら、お客さま目線で考えることの必要性、行動指針、具体例について紹介していく。

「見開きデザインイメージ」



3. リーフレット企画（2 / 2）

■含まれているべき要素

1. トップ・メッセージ（社長様などからのメッセージ）
2. CS行動指針の背景（会社としての問題意識）
3. CS行動指針の位置づけ（理念・経営計画・行動規範との関係性）
4. CS行動指針の具体的な内容（スローガンとそれぞれのキーワードの紹介）
5. CS行動指針の具体例
6. CS行動指針を実現することで目指したいビジョン

■構成案

ページ	内容
1/16	表紙/裏表紙
2-3	社長からのメッセージ
4-5	理念、グループビジョンとCS行動指針の関連性
6-7	CS行動指針の全体像（スローガンとそれぞれのキーワード紹介）
8-11	CS行動指針①～④ の説明と具体的なエピソード（※）
12-13	CS行動指針を実現することで、目指したい状態とはどのような状態か？CS行動指針を日常業務の中でどのように活かしてほしいか？を説明する
14-15	ワークシート 研修教材DVDを視聴し、日常業務や職場で検討したCS向上に向けたアクション・プランを記載する

4. 告知用ポスター

■目的

行動指針を常に思い出せるようにするとともに、全社で取り組むキャンペーン感を演出する

■デザインイメージ



リーフレットのデザイン・テイストに合わせ、統一感を出す。
また、社内の様々な人の笑顔を載せることで、お客様と接する機会のある一部の人だけが担当するのではなく、全員が担当することを象徴する。
また、グループビジョンとの関連性を明記することで、C S 行動指針の位置づけを強調する。

5. トップメッセージ

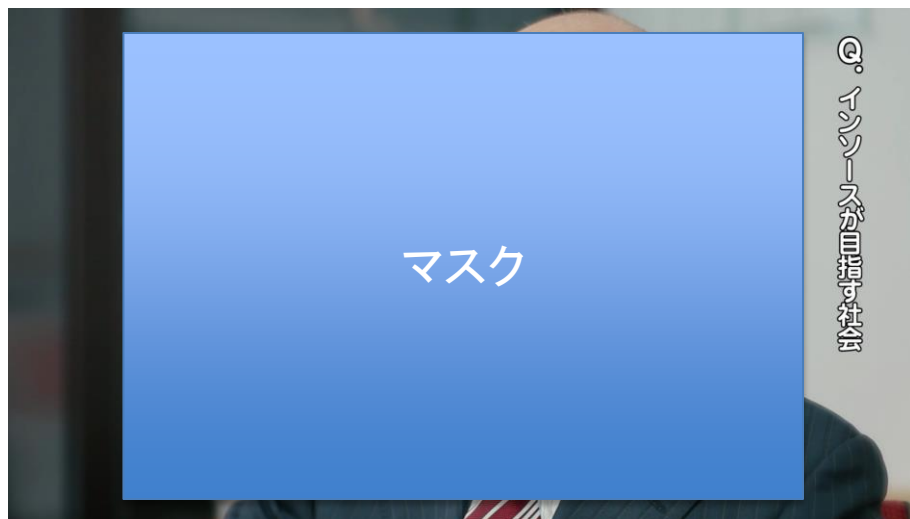
■目的

社長様など、経営陣自ら「CS向上の意義」「会社を挙げて全員で取り組むこと」「一人ひとりに期待していること」などについて、お話いただくことで、取組みに対する納得感を高める。

■形式

社長様などへのインタビュー映像／5分程度

■映像イメージ



インタビューに回答していく形式。質問内容は画面右部分に表記する。

また随所で強調したいメッセージをテロップ表記することで、アクセントをつける。

6. 社員研修用DVD（1／2）

■目的

社員一人ひとりが、お客さま目線で考えることを自身に関連することであると理解し、具体的に自分であればどのようなことを心がけるべきかを考えるきっかけとする。

■特に伝えるべきメッセージ

1. すべての仕事は、お客さま（利用者様）につながっている

一人ひとりの立場や役割が違えば、日々接するお客さまは異なる。お客さまとは利用者様、地域の皆様、株主、従業員（ともに仕事をする前工程・後工）、協力会社の人など多様。直接お客さま（利用者様）に接しない仕事をしている場合であっても、目の前のお客さまの先には、利用者様がいる。

2. ビジョンを達成していくためには、グループ社員全員が「お客さま目線」で考えることが重要

グループビジョンを達成するためには、部門・部署を越えた協働が必要。

そして、お互いの利害を超えて情報共有しながら協働していくためには、自分たちは何のために働いているのか？どうあるべきなのか？という共通言語が必要。その共通言語こそが「お客さまの目線で考える」であること。

■形式

モーション・グラフィック および 実写映像

■用途

1. 集合研修で使用

2. 職場単位でビデオを視聴し、リーフレットを用いて職場の同僚とディスカッションする

1. リーフレット／ポケット版／告知用ポスター

NO	実施事項	貴社	当社	所要期間	時期
1	企画・骨子の確定	◎	-	-	10月上旬
2	取材／撮影日の調整	◎	-	-	～10月中旬
3	取材／撮影	◎	-	2日間	10月下旬
4	原稿作成／構成案作成		◎	2週間	11月中旬
5	原稿／構成の確認	◎	-	-	11月末
6	デザインコンセプトのご提案		◎	2週間	10月下旬
7	デザインコンセプトの確定	◎	-	-	11月末
8	本デザイン		◎	3週間	12月
9	データ仮納品・内容物確定	◎	-	1週間	12月下旬
10	色校正	◎	-	-	1月上旬
11	印刷		◎	1～2週間	1月中旬
12	納品		◎		1月下旬

2. 研修用DVD／トップメッセージ映像

NO	実施事項	貴社	当社	所要期間	時期
1	企画・骨子策定	◎	-	-	10月上旬
2	絵コンテ作成		◎	2週間	10月中旬
3	絵コンテの確認／確定	◎	-	-	10月末
4	撮影日の調整	◎	-	1週間	11月上旬
5	撮影	◎	-	2～3日	11月中旬
6	ナレーション収録		◎	1日	11月中旬
7	一次編集		◎	2週間	11月下旬
8	あら編集のご確認／フィードバック	◎	-	-	12月上旬
9	二次編集		◎	2週間	12月中旬
10	二次編集のご確認／フィードバック	◎	-	-	12月下旬
11	最終編集		◎	2週間	～1月中旬
12	仮納品		◎	1週間	1月中旬
13	納品準備（DVDなど）		◎	1週間	1月中旬
14	納品		◎	1週間	1月下旬