

曉星の趙顕俊会長、お客様第一を掲げる「カスタマー・オブセッション経営」を实践

ソウル（韓国）2023年7月11日 /PRNewswire/ -- 最近、Hyosung（曉星、ヒョースン）の趙顕俊（チヨ・ヒョンジュン）会長は「Customer Obsession（カスタマー・オブセッション）経営」を通じて顧客の幸せを実現します。

インタラクティブなマルチチャネルニュースリリースの全容は、こちらをご覧ください。

<https://www.multivu.com/players/English/9183751-hyun-joon-cho-chairman-hyosung-practice-customer-obsession-management-prioritizing-customers/>

カスタマー・オブセッション経営とは、お客様第一主義を实践し、顧客の満足を超えた顧客の幸せの追求であり、経営活動を通して顧客を中心に考える経営をいいます。

趙顕俊会長は新年の挨拶のなかで、「VOC（顧客の声）活動をできるだけ早く強化し、カスタマー・オブセッション経営に進むべきである」と述べました。

VOCとは、2017年に Hun-Joon Choi 会長が就任した際、顧客がいる現場の声に注目すべきだと述べたことに端を発する経営活動です。カスタマー・オブセッション経営は、技術の進歩による急速な変化に向き合い、より高い期待を抱くようになった顧客の基準に合わせて VOC を強化した経営方針です。

カスタマー・オブセッション経営の实践に向けて趙会長は、顧客が抱える問題の特定、△顧客が抱える苦情の分析、△顧客への重要なサービスの提供、△顧客体験の革新△に注力することを強調しました。

趙会長はカスタマー・オブセッション経営の一つとして、全役員および全社員が顧客の声を集め、電子化して経営活動に反映させる「C-Cube プロジェクト」を実施しています。

C-Cube プロジェクトは、顧客（VOC）を超えた顧客の顧客の声（VOCC）、競合他社の声（VOCO）に注目するカスタマー・オブセッション経営に向けた活動です。

加えて、当社は営業、工場、研究施設、買付など、さまざまな事業部門における社内の意思疎通や連携を強化し、C-Cube 活動が実質的な結果につながるよう努めています。

曉星は、世界 27 カ国に 34 の生産会社、66 の商社および支社から収集した顧客の声をデータベース化し、△市況、△技術情報、△顧客からの苦情、△対応状況などをリアルタイムで確認することで、先手を打って対応し、グローバルな競争力を強化しています（修了）。