

グッドマンの法則と DX 活用戦略

■ グッドマンの法則とは

米国の消費者問題研究者ジョン・グッドマンが提唱した、顧客苦情対応に関する実証的法則。

【第1法則】 苦情を申し出て、その解決に満足した顧客の再購入率は、苦情を持ちながら申し出なかった顧客より高くなる。

【第2法則】 苦情処理に不満を持った顧客の否定的な口コミは、満足顧客の好意的な口コミの約2倍の影響を持つ。

【第3法則】 苦情処理改善に投じた費用は、新規顧客獲得費用より低コストでロイヤル顧客を増やすことができる。

■ 中小企業診断士としての示唆：DX 活用による解決策

課題	DX 活用による解決策
苦情受付が属人的で漏れが多い	チャットボット・フォームでの24時間受付・自動振り分け
対応状況の可視化ができていない	CRM/顧客管理ツールで対応履歴を一元管理
口コミの拡散を把握できない	SNS モニタリングツールで評判をリアルタイム把握
苦情データが経営改善に活かされない	データ分析で苦情傾向を可視化し製品・サービス改善へ

■ 診断・支援のポイント

- 「苦情は宝」の意識改革 —— 苦情対応をコストではなく投資として経営者に訴求する
- DX ツール導入前に苦情対応プロセスの標準化（業務フロー整備）が前提条件
- 小規模から始めるステップ導入：問合せフォーム → CRM → データ分析 の順に展開
- NPS（顧客推奨度）や再購入率を KPI に設定し、ROI を定量的に経営者へ示す

※ 出典：John Goodman 「Strategic Customer Service」(2009)