

ANAインターンシップES対策☆

徹底的にお客様にこだわるANAのおもてなしとは？

<https://ameblo.jp/vic-okinawa/entry-12084856691.html?frm=theme>

2015年10月16日

テーマ: ANA

2017年度新卒生の皆さんは、**ANAインターンシップ** ES作成にとりかかっていますか？

ESの書き方と解説はこちら↓↓をご覧くださいね☆

お待たせしました！ANAインターンシップESの書き方と解説

⇒<https://ameblo.jp/vic-tokyo/entry-12083810982.html>

ANAインターンシップESの第3問、

『ANAのおもてなしは、3年連続で世界最高評価を頂く事ができました。ANAのおもてなしが、なぜ世界に認められたのか、他の国のサービスとはどこが異なるのか、あなたの考えを自由に記入して下さい。』

は、現時点での企業研究の深さを図った質問ですが、ここで**ANAに入社したいという「本気度」をアピール**することができます。

それでは、ANAのおもてなしとは一体どのような所が「ANAらしい」のでしょうか？



■とにかくお客様視点にこだわる！おもてなし

数え上げたらキリがないほど、「お客様志向」が徹底されているANA。最近では、「カスタマー・エクスペリエンス(顧客体験)」という考えに基づき、①ANA機内サービス利用者のリアルな体験を、ウェアラブルカメラを通して視聴者にも疑似体験してもらえるようなCM放映、②使い勝手の良さに加えて多言語対応も可能な新自動チェックイン機の導入など、さまざまなお客様視点を貫けるように挑戦しています。「自分がお客様だったら」という視点と「お客様のご意見」を真摯に受けとめる姿勢がなければ、実現できないことばかりです！

■WEB・SNSを最大限に活用する！おもてなし

ANAのサービスや情報をいかに分かりやすく的確に伝えるか、に焦点をあて活用しているANAのWEB、SNSサービス。一日60万人が訪問すると言われるANA SKY WEBの見易さ、使いやすさを追及するだけでなく、一方的な発信だけではなく直接お客様の問い合わせの回答も行うツイッター活用も行われています。

最近では、訪日外国人向けに旅行ロコミサイトとタイアップしてANA就航地観光案内、ANA路線のお得な運賃を紹介するサイトを展開しています。また、YouTubeLiveで全世界に生放送される新しい形の情報番組にも協賛し、ANAと日本の魅力を発信していくそうです。

今や私たちの身近な存在となっているSNS、WEBを利用して、きめ細やかなサービスと満足度を高めているANA。お客様と直接顔を合わせないところでも、お客様視点を貫いています！

ANAインターンシップES提出までわずかな期間しかありませんが、時間の許す限り企業研究を行い、「ANAに入社したい想い」が伝わるESに仕上げましょう！