

ピンチをチャンスに変える クレーム対応

チャンスに導く1つの解決

2

全3回
シリーズ

システムに問題はなかったのか？確認の工程に問題はなかったのか？再発防止に繋げるために、必要なことは何なのか？これを社内で共有し改善をしてこそ真的問題解決であり、伝えて下さったお客様への感謝を示すことでもあります。

ながら、悪感情を出して頂くようになります。

「信頼してお任せ下さったにも関わらず、申し訳ございません」

「一生の思い出になる大切な絵を、取り返しのつかない状態にしてしまい、謝罪の言葉もございません」

このように、お客様の感

- 悪感情を取り除く三原則
- ①「受容の原則」
 - ②「即決の原則」
 - ③「感謝の原則」

次回最終章は、「申し訳ございません」の重みについて述べます。

前回は、「なぜ、クレームをチャンスにファンづくり」なのか、ゲッドマンの法則から、「不満を持った顧客のうち、苦情を申し立て、その解決に満足した顧客の再購入率は、不満を持ちながら、苦情を申し立てなかつた顧客よりも高い」ということを述べました。

今回は、具体的にチャンスに導く2つの解決について考えていきます。

ワイークポイントの解決

なぜこの
問題解決が
図れたとは
言えませ
ん。

お客様の悪い感情

情報(ワイークポイント)

住宅を新築したお客様から、「昨日の大雪で、二階の子供部屋から雨漏りがして、壁に貼つてあった初めで娘が書いた絵までも濡れ

不備に事前に
とが出来な
かったの
か？工事

工事の不備を直し、再発防止の為の問題解決を図つたとしても、もう一つピニックをチャンスに繋げるためには、目の前のお客様の悪感情を取り除くという解決が必要です。

お客様の勘違いであつても、まずは最後までしつかりと言葉と感情を受容してお話を伺います。もし、自分がお客様の立場であつたら、どう思うだろうか？と思ひながら話を伺うことを「共感する」と言います。

そして、共感したことをお伝えし

向かうことができるのです。
そしてこの場合、絵の賠償をお金で解決するということも、解決法の一つではあります。しかし、心の領域では、信頼は信頼とだけ、思い出は思い出だけとしか取り戻せないという原則を知つておくことも必要です。

某住宅メーカーで、クレームのケーススタディとして取り上げた際、旅行券と絵を入れる額（フレーム）をプレゼントし、家族旅行



著者
山田
セツコ
節子

出 身 新潟県佐渡市
事務所／住所 新潟市西区浦山1-1-10
TEL 025-211-4457
FAX 025-211-4458
e-mail names-yamada@yamadasettsuko.com
URL www.yamadasettsuko.com