

ピンチをチャンスに変える クレーム対応

「申し訳ございません」の重み

3 回
全シリーズ

前回は、クレーム対応で解決しなければならぬ2つのこと

※ ウィークポイントの解決
(実際的な問題解決)

※ お客様の悪感情を取り除く解決

この二つの解決があつて初めて、ピンチをチャンスに繋げることができるとをお伝えいたしました。

今回は、接客基本用語にもある「申し訳ございません」の重みについて考えていきます。

心からの「申し訳

ございません」で

二次クレームを防ぐ

「私は、ここでもう20年も商売させてもらっているんだよ。あなたが今言った「申し訳ございません」が本当に心から

ものかどうか、透けて見えるんだよ！」

お店に入ると、お客様の怒

鳴り声が、店内に響き渡りました。どうやら、クレームのお客様のようです。その後、店の奥に誘導しようと平謝りに謝りますが、納得して頂けない様子…。

クレームの対応が悪いため、更なるクレームに繋がります。二次クレームと言います。

クレームはお客様からの期待であれば、クレームのレベルが上がっても、なくなることはありません。しかし、この二次クレームはゼロに近づきたいものです。

弊社では主に新潟県内の企業様において、「接遇とは、人の心に処する力の総合力である」という趣旨のもと、接遇対応研修を行っています。クレーム対応は、接遇におい

て最も難易度の高い接遇力が求められます。この「申し訳ございません」という言葉を、本当に心と言葉を一致させて発することができたなら、対応のまずさで二次クレームに発展することは少なく、クレーム対応の80%は成功したといっても過言ではありません。

本来の「申し訳ございません」の語源は、「申し訳ないことでございます」。

言い訳のしようもないくらいの謝罪の時に使う言葉が、「申し訳ございません」なのです。

であるならば、その言葉を使う風情は、伏せ目がちで、肩を落し、声のトーンは低く、お辞儀は相手の方が恐縮して、「いやいや、どうか頭だけでもあげて下さい」と言つて初めて顔を上げるくらいの重みが必要です。

心からのものかどうか、どんなに自分自身はそう思っているもお客様に伝わっていないければ、コミュニケーションは成立しないのです。



言葉と心を一致する

普段からの心得

では、何故言葉と心が分離して伝わってしまうのでしょうか。

お客様がいらしたら、「いらつしやませ」

商品をお買い上げ頂いたら、「有難うございました」

そこには、当然のこのように普段使っている言葉に心を込める「行」を真剣にしているかどうか問われていきます。何かの記号や合図のように、「いらつしやませ」

「有難うございました」と無意識で発しているとき、いざ接遇力が問われるクレームの場面だけ言葉と心を一致させることは至難の業といえます。

三変主義

三変主義とは、クレーム対応に関わらず、人間関係が硬直状態に陥った時に、変えてみることで、風穴があくかもしれないという法則です。ご参考までに申し添えます。

るかもしれません。場を変える…空間が変わると、気持ちが変わることもあります。人を変える…上位者に代わることによって、お客様の気持ちが変わります。

以上、三回に分けて「ピンチをチャンスに変えるクレーム対応」を考えてきました。少しでも、皆様のお役に立てることが出来たら嬉しく思います。

有難うございました。

著者
プロフィール



ヤマダ セン子
山田 節

出身 新潟県佐渡市

事務所/住所

〒950-2001

新潟市西区浦山1-1-10

リバーサイド青山402

事務所名

株式会社 マナース

TEL 025-211-4457

FAX 025-211-4458

e-mail

maners.yamadasetuko.com

URL

www.yamadasetuko.com