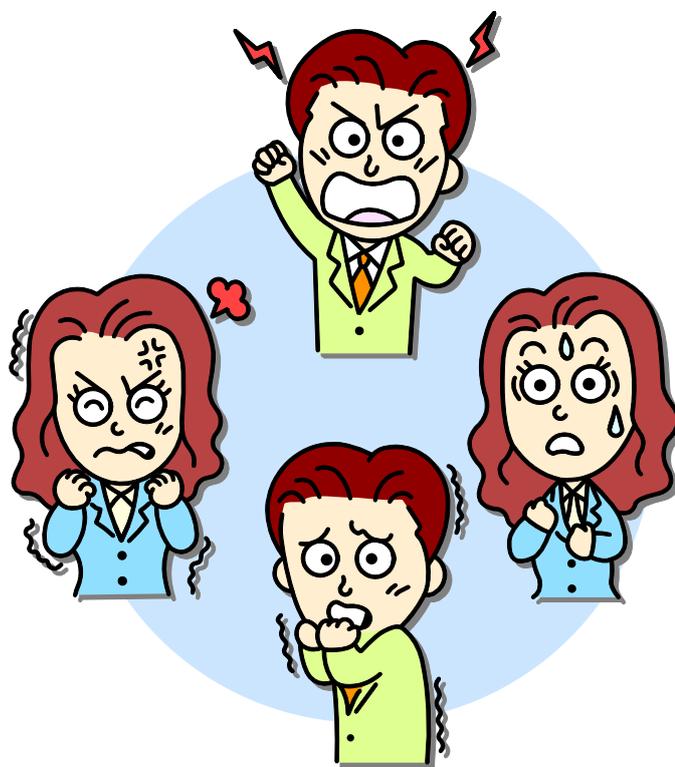


クレーム対応研修



● クレームの正体とは

メカニズムの検証

クレームとは

※ クレームからお客様の不満を読みとり、Newサービスを探ることが大切です。



クレームの正体

1.

2.

クレームのはサービスや製品の欠陥だけでなく、お客様が会社に抱いている信頼や期待に添わない時に生じます。
クレーム解決は難しいものですが、誠意を尽くして対応しなければなりません。

不満と満足



不満



どちらでもない

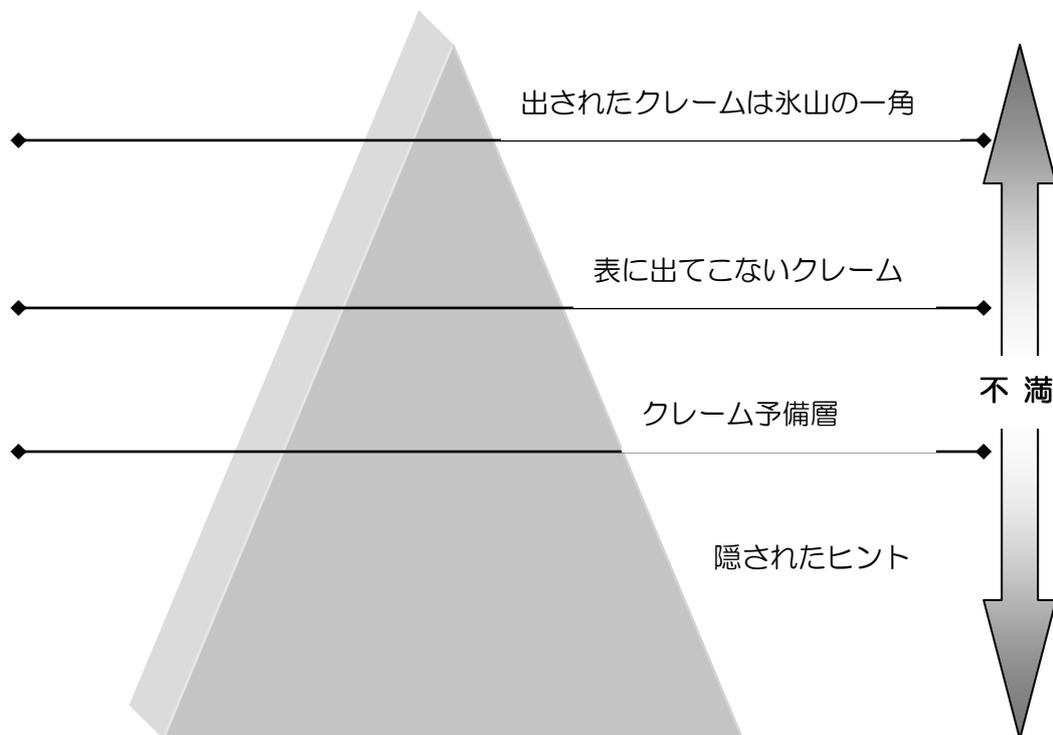


満足

クレームは貴重な情報源！

経済や産業の発達、技術の進歩、豊富な情報により、お客様のニーズもますます高度化・多様化しています。クレームは、お客様のニーズに応え、新たなサービスを作り出していくための貴重な情報源です。そして企業に対する期待の表れでもあります。

しっかりと受け止め誠意を持って対応することが、リピート客を増やしファンを作り出すことにつながるのです。つまりクレームはお客様作りのチャンスでもあるのです。



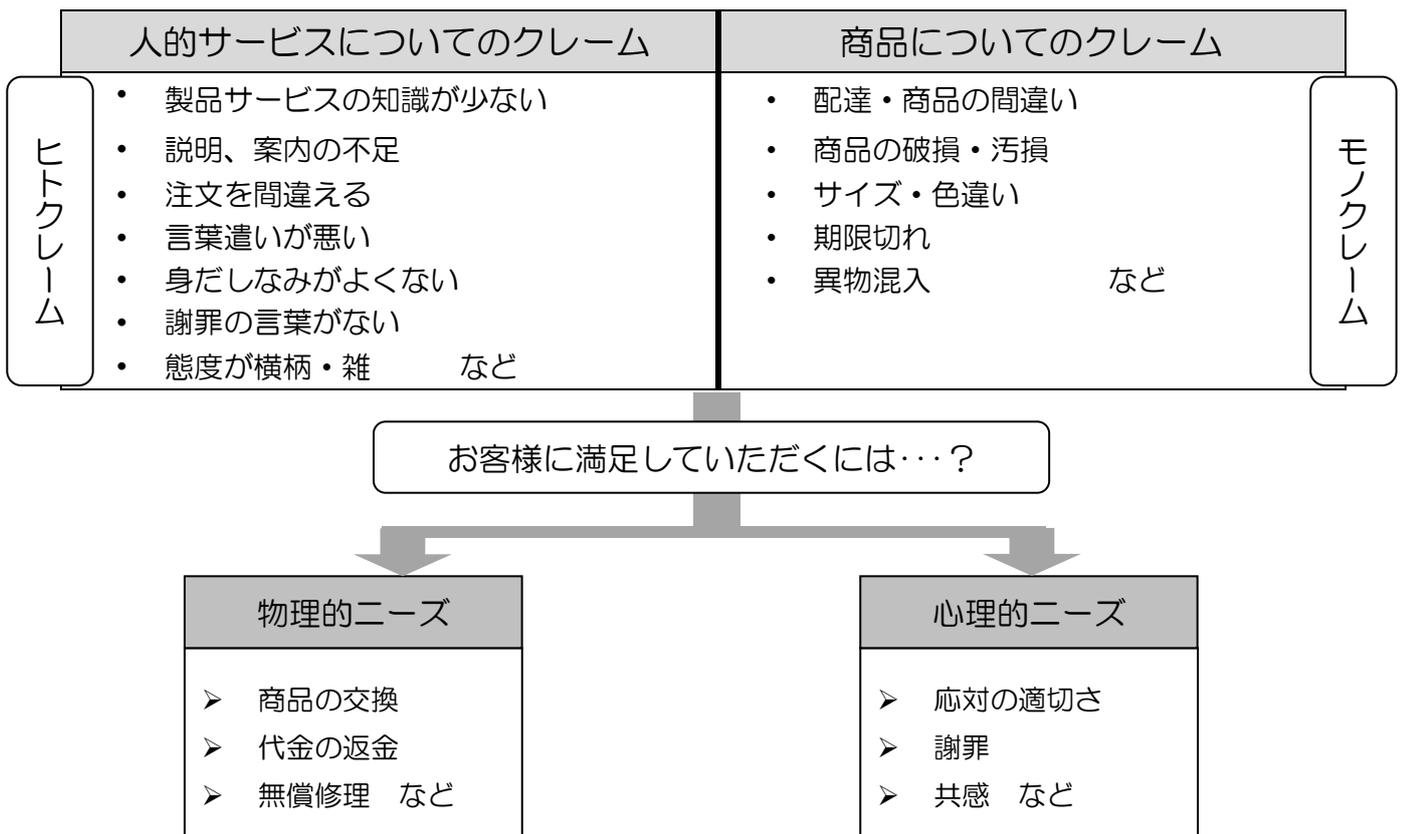
クレームの下には多くのヒントが隠されています
クレームからお客様の不満を読み取り
新たなサービスのニーズを探りましょう

お客様がクレームを出したときには、企業側にこうしてほしい、ああしてほしい、という要求がともないます。それが商品交換や弁償であるならば、物理的なニーズです。とはいえ、弁償さえすればそれで済むというものではないでしょう。そこには、謝罪も含め、対処の仕方の気持ちよさなど、心理的なニーズが加わります。

また、接客に対してのクレームなら、もう一度、接客をやり直すというわけにはいかないわけですから、お客様の要求は心理的なニーズが100%です。

つまり、クレームは大方が心理的ニーズなのです。会社（社員）側は、物理的ニーズのみ注目してしまいがちですが、この現実をはっきり認識しなければいけません。対応者は、これらをよくわきまえて対応してください。金で済まそうとしている、丸め込もうとしている、ことばに誠意が感じられないなどの印象を、お客様に与えないようにしなければなりません。

クレームの種類とお客様の2つのニーズ



モノクレームに対して物理的ニーズだけを満たしても、お客様の不満は解消しない。あわせて正しい対応で対処することで、初めてお客様の納得や不満解消に近づく。

●お客様の心理状況(クレーム時)

5つの心理

(1) 爆発する心理

お客様の真剣さを感じなければいけない。(9対1の割合を守って聴く)
爆発を繰り返すことでお客様の怒りは弱まると共に心の中に納得という意識が生まれる

(2) 話したい心理

一気に爆発するお客様と違い、感情をひかえて話をするお客様はその分ストレスが時間の長さとなって現れてくる。
思いつくことをすべて話さないと満たされない。(心理的カタルシス現象＝浄化現象)

(3) 謝ってもらいたい心理

過失かどうか不明な時点でも謝ってもらいたいという心がお客様にはある。
「企業が私の言うことを聞いてくれた」ことに喜びと安堵を感じたいから。

(4) 責任を持ってもらいたい心理

たとえ他部門で発生したトラブルでも、他の担当者が起こしたクレームであっても
「会社」の代表として責任を持って対応してもらいたい気持ちがお客様にはある。
「自分がしたわけでもないのに」という態度は禁物。

(5) 怖い人に変身する心理

対応者によってお客様のクレームは大きく変わる、つまり対応者がお客様を怖い人に変身させている。また、お客様は感情的に怒っているわりには、対応者の発言をよく聞いている。いい加減な口調でのお詫びに対して、大きく反応を示す。

