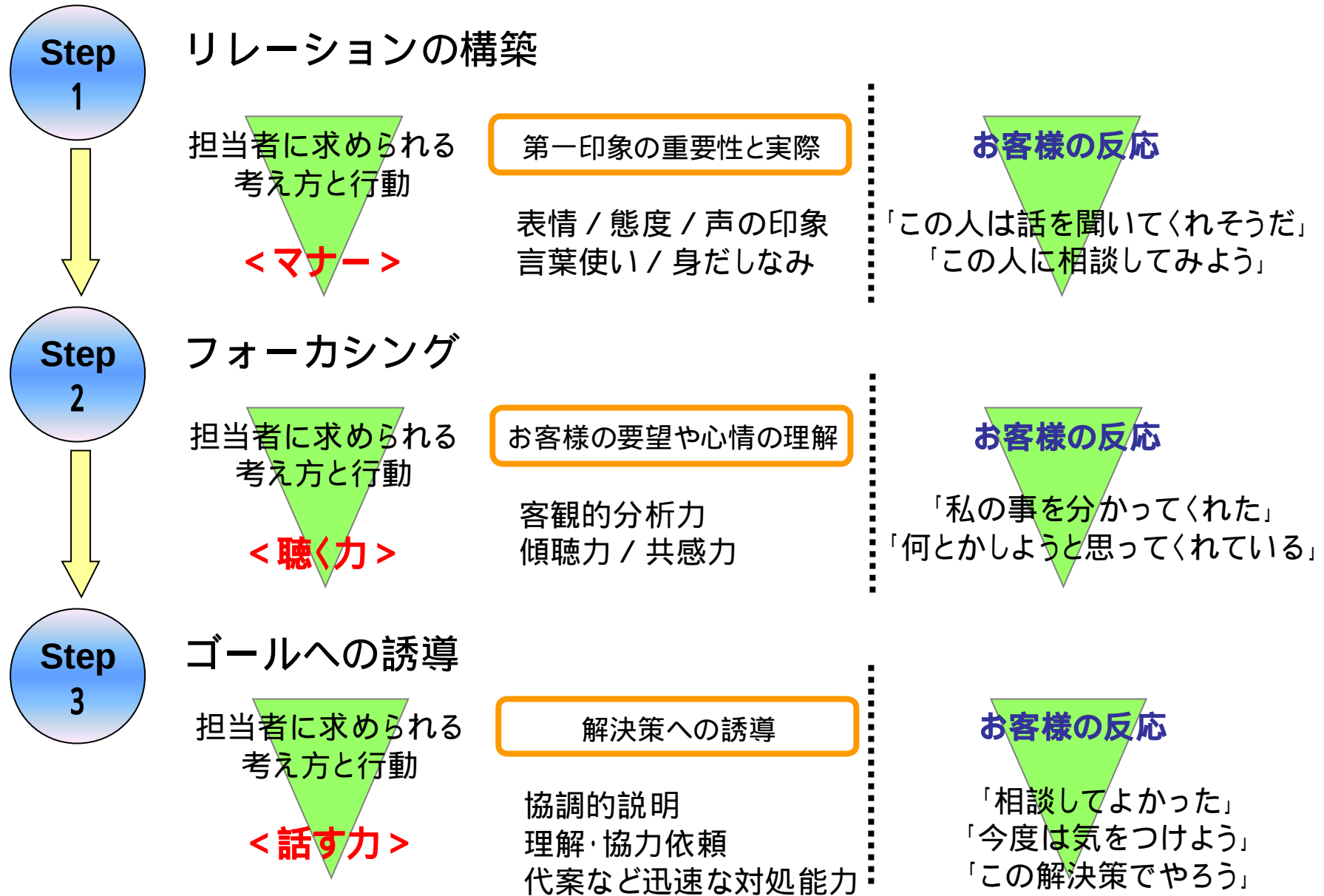


クレーム対応プロセスガイド

クレーム対応プロセス(全体図)



Step 1 . リレーシヨンの構築

1 - 1 . お客様の感情が高ぶっているクレーム初期の対応が大事

クレームを言うお客様は何を求めているか

まず謝って欲しい

原因や理由を説明して欲しい

今後の対応策を提示して欲しい

クレームに繋がるトラブルが発生した時、お客様は「2種類の期待」を抱えている

私の問題を解決して欲しい

私をもっと怒らせて欲しい

のお客様は主観的で感情的。

自分が大切にされているかどうか敏感に感じ取るアンテナが高くなっている状況。

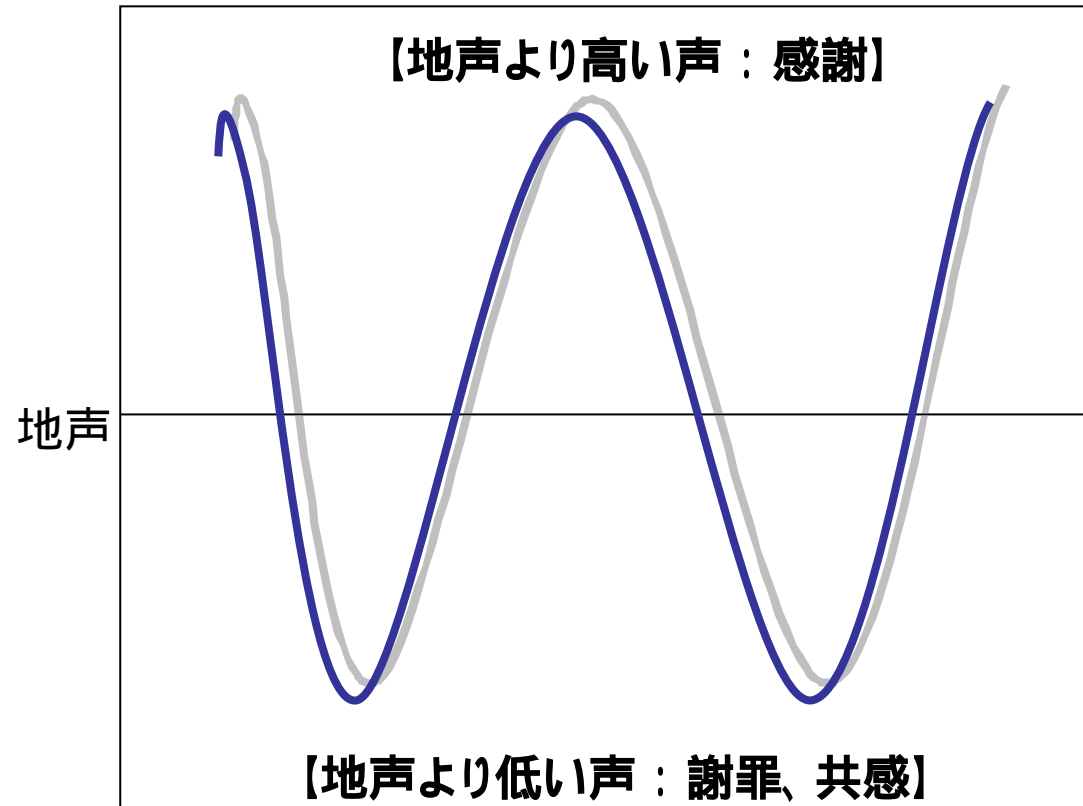
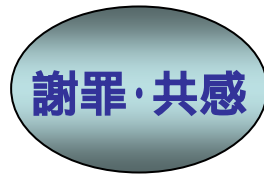
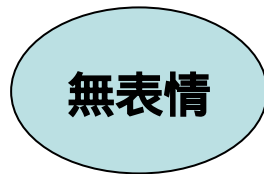
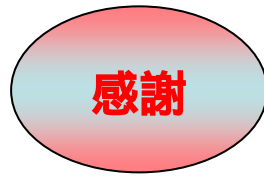
「クレーム時にこちらの発言の揚げ足ばかり取る」と思うのは、こうした要因からくる。

クレーム時は自らの**対応力の真実が試されるとき**でもある。

リレーションづくりとは

「心」と「形」の相互作用を活用し、お客様に対し、親身で誠実な言動を**「マナー」**という**「形」**で表し、**「お役に立ちたい」という「心」**を作っていくこと。

1 - 2 . 親身で誠実な姿勢を演出する3つの表情と声作り



「・・・です。はい、はい、そうですか。」

最初から最後まで同音だと事務的に響く

「・・・です。

はい、はい、

そうですか。」

声のトーンを段階的に下げていくと親身さが演出できる

1 - 3 . 初期謝罪を効果的に演出するマジックフレーズ

- ・マジックフレーズとは「感謝・謝罪・共感・依頼」を表す言葉である。
- ・繰り返し活用することでお客様の心に届き、効果を発揮する。
- ・言葉を変えて活用することで、相手へのメッセージ性が高まる。
- ・言葉の引出しを増やし、同じ言葉の連発を避けること。

感謝の言葉で3回、謝罪の言葉で5回伝えることで、お客様は「1回言ってもらった」と感じる。

マジックフレーズ一覧

感謝

ありがとうございます。
恐れ入ります。
助かります。
貴重なご意見ありがとうございました。
今後の参考にさせていただきます。

謝罪

申し訳ございませんでした。
ご迷惑をおかけしました。
お詫びの言葉もございません。
大変失礼いたしました。
今後このような事が無いよう十分注意いたします。
お手数をおかけいたしました。
深くお詫びいたします。

共感

おっしゃる通りでございます。
ご指摘ごもっともでございます。
お客様のご意見、真摯に受け止めます。
確かに。
ご指摘は私どもで気付いておりませんでした。

依頼

よろしくお願いします。
ご了承いただけないですか。
ご理解いただけると助かりますが、
いかがでしょうか。
~ということによろしいでしょうか。

1 - 4 . クレーム対応時の「べからず集」

1) 単調な「うなずき」や「あいづち」

【対策】

「**単語復唱**」を活用し、お客様の発言のキーワードをあいづちレベルの表現力で繰り返す。

2) 「～となっておりますが…」 「～ だと思っておりますが…」

【対策】

あいまいな表現はお客様をイライラさせる。**語尾をはっきりとさせ、文章をしっかり終わらせる**ようにする。

3) 「出来ません」「わかりません」「知りません」

【対策】

「出来ることと出来ないことは明確に」とは、クレーム時の担当者側の鉄則だが、言い回しに配慮が必要である。特に否定語は、お客様とのコミュニケーションの系をこちらから遮断することになるので、まずは**肯定的表現で伝えられるようにする**。

さらに**配慮を伴った言い回し**が出来るようにする。

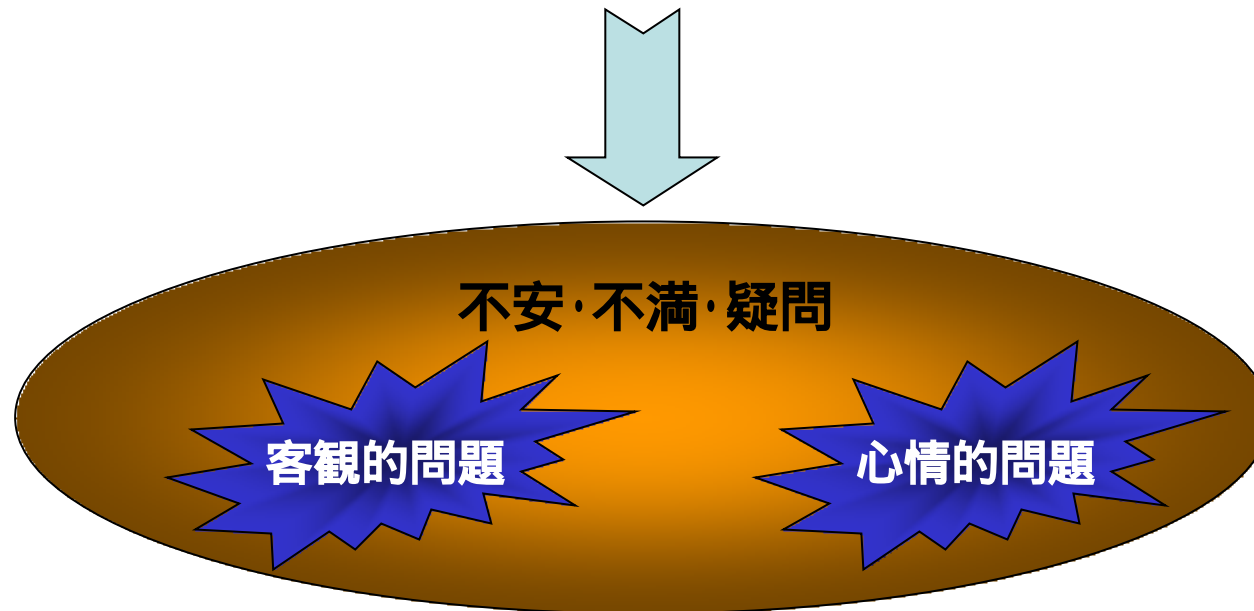
例) 「私ではわかりかねますので、担当に確認させていただいてもよろしいでしょうか。」

Step 2 . フォーカシング

2 - 1 . お客様の抱える2種類の問題

客観的問題……私にとって適切な解決策をきちんと提示して！

感情的問題……私の立場と心情はどうすればよいの！



まずは、感情的な問題の解決から取り組む。

しかし、「ただ謝る」ではなく、「お客様の心情を真剣に受容する」ことが大切。

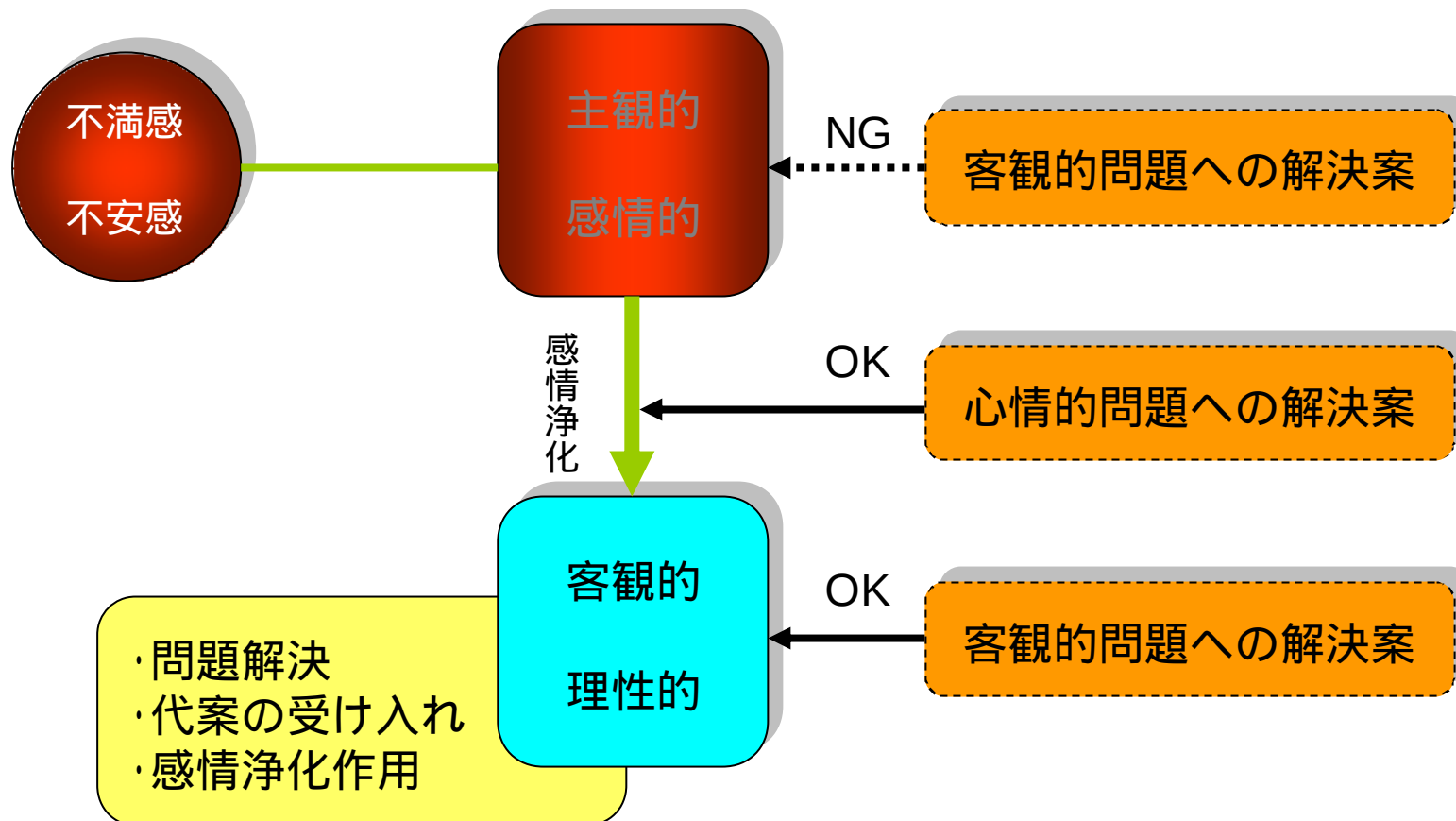
クレーム対応では、「お客様が困っている状況」を真剣に受け止め、「何とかしたい」という気持ちをメッセージで伝えていくことが大事。

2 - 2 . フォーカシングとは

フォーカシングとは、「相手の抱えている心情的問題と客観的問題を分析・整理する」こと。

お客様のごちゃまぜになった2種類の問題を整理することが大切。

フォーカシングでの感情浄化の仕組み(クレーム解消に向けての心のプロセス)



2 - 3 . 「フィードバック + 謝罪・共感法」の活用

フィードバックとは、お客様の発言や状況、気持ちを引用して伝える方法のこと。
発言内容を一部引用(フィードバック)しながら謝罪に結び付けていく。
謝罪、共感姿勢を潔く提示するためには、謝罪の語尾扱いは言葉を濁さず、しっかりと文章を終わらせること。

具体例

あなたの説明では良くわからない。
私の説明不足で申し訳ございませんでした。

あなたではわからないので、上司を出してください。
お客様が私では納得が出来ないほどお怒りの状況であることは十分承知しております。

そちらを信頼しているんですよ。
私どもを信頼していただいているのに恐縮です。

非常に迷惑だ。どうしてくれるんだ。
これほどまでに迷惑をおかけしている状況でお詫びの言葉も見つかりません。

「フィードバック + 謝罪・共感法」の活用により、お客様の感情浄化に取り組む

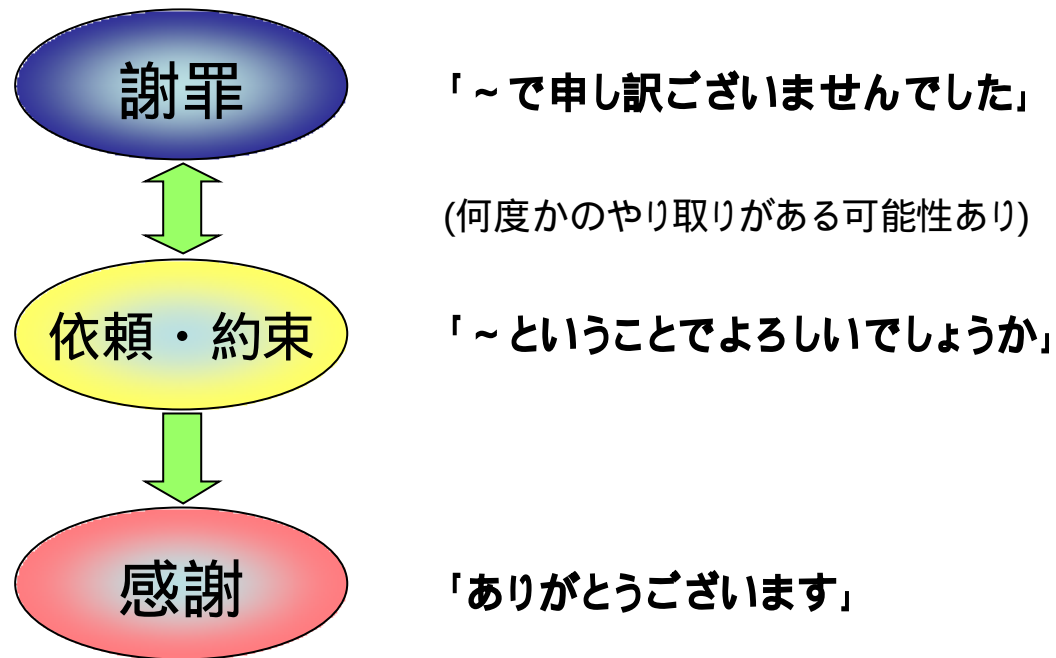


お客様の心情的な問題の解決

Step 3 . ゴールへの誘導

3 - 1 . お客様へのゴールへの誘導の会話プロセス

お客様の「客観的な問題の解決」には、どのタイミングで入れればよいのか。
目と耳で、お客様の变化を感じ取る感性は大事だが、一方で「**迅速な問題解決**」という
スピードも大事である。以下がゴールへの誘導の会話プロセスとなる。



お客様の不満や怒りは、高度な謝罪法を活用しなければ浄化できないほどこじれている。
ただ、徐々にお客様の「客観性」や「冷静さ」が取り戻せてきているので、
「**依頼形**」を活用し、お客様が「**了承**」しやすい状況を作ってあげる大切。

3 - 2 . 解決策はお客様が理解・協力しやすいように提示する

簡潔に表現しお客様の記憶に留めるよう心がける

- ・時間の明確化 (2 ~ 3分ほどお時間いただいてもよろしいですか。)
- ・数字化表現 (2点お話がございます。)
- ・結論先出し表現 (結論から申しますと……)

わかりやすい表現を伴いお客様の理解納得度を深める

- ・「簡潔な表現」で提示した解決策の要点を「理由」「具体例」などを織り込んで詳細説明し、お客様のイメージが明確になるように伝えていくこと

解決策を受け入れやすくするお客様への配慮を心がける

- ・解決策の内容そのものは「簡潔にわかりやすく」まとめるが、お客様にメッセージとして伝える場合は、「マジックフレーズ」「クッション言葉 + 依頼形」「感情浄化表現」などを織り交ぜていく必要がある。

お客様から、「まあ、しょうがないか」、「まったく」、「面倒くさいな」という
捨て台詞でも了承を得ることが出来たら、ゴールへの誘導は成功したと言える。