

### 社員教育(3)

## 「1本の電話で測れる、企業の底力」

(株)CDM コンサルティング  
代表取締役/研修講師  
林 三津子

「サービスに不満を感じたとき、あなたは直接クレーム(苦情)をいいますか?」との問いに、96%の人はクレームを言わないと答えている。即ち、100人の内の96人は、直接は苦情を言わないということである。しかし、この96人の不満の情報(悪魔の声)は、満足の情報の11倍の人に、口コミで伝わるという、恐ろしいデータもある。このように、最近のお客様は苦情を言わないで去っていくという傾向にあるため、お客様の『声』、即ちVOC(Voice Of Customer)を、どのように収集するかが、企業の大きな課題となっている。

そこで今回は、「CS(顧客満足)調査」の一環として実施している「電話力調査」について、お話してみたい。たかが電話、されど電話。電話応対一つとってみても、1本の電話から、その企業の「顧客対応力」が測れ、対応の悪い企業は、間違いなく業績も悪いといえる。(これは多数の調査結果から)

先日、「社員教育」と「CS調査」を併行し実施している、某小売販売業(コンタクトレンズ販売)で、恒例の「電話力調査」を行った。方法は、あるテーマを設定し、全店(約90店舗)と競合店へ、模擬の電話を入れるという覆面調査である。

今回のテーマは、「落とし物対応」(店舗のスタッフへは、毎回、調査が入ることを知らされていない)。まずは、専用の機材(録音機能あり)を用い、「昨日、そちらでレンズを作った者です。金のピアスを失くしたのですが、届いていませんか?」と、全店に対し、同じテーマで問かけの電話を入れてみる。そして、その結果を、五段階

で評価した。

その評価基準は、下表の通りである。

今調査の合格ラインを「クラスⅢ」とし、その合格率は85%であった。(結果、6人に1人のお客様は、何らかの不満を感じ、失客の要因となった)

ろくにピアスの特徴も聞かず、落とし物を丁寧に捜しめせず、“届いていません”と事務的な対応をしてしまう店、あるいは“待合室で失くしたかもしれないかもしれません…”という問かけにも、“毎朝、掃除を徹底しているので、いま届いてなければありません”と言い切ってしまう店、連絡先(見つけた場合の)すら聞かない店等、論外の対応をした店が、残念ながら若干数あった。(結果が悪いと、研修を担当している講師の方も落ち込む。)

その中の一つを紹介すると、①こちらの質問を適確に把握し、共感的な言葉かけがあった、②ニーズに応えるべく適切な行動(紛失日時、場所、ピアスの特徴等の適切な確認)があり、親身に探してくれた、③こちらの気持ちに立った伝達方法(見つからないことについての)と連絡先の確認、そして、④「閉店後、お客様が全員お帰りになったら、テーブルやソファを全て外し、もう一度、探してみます。」という、誠意ある感動的な“ひとこと”。(翌日、やはり見つからないとの丁寧な連絡あり。もともとピアスを失くしてはいないので見つかるはずもない。申し訳ない気持ちで一杯になった。)その共感力高いアプローチと、誠実な対応に、調査であることも忘れ感動した。勿論「ランクⅤ」である。

#### <評価基準>

- ランクⅠ. お客様の質問に適確な行動がとれず、話し方もぞんざいであった
- ランクⅡ. お客様の質問に適確な行動はとれたが、話し方がぞんざいであった(又は、その逆も)
- ランクⅢ. お客様の質問に適確な行動が取れ、話し方に、特に問題点はなかった(連絡先も聞いた)
- ランクⅣ. お客様の質問に適確な行動が取れ、話し方も丁寧で適確であった
- ランクⅤ. お客様の質問に適確な行動が取れ、話し方も丁寧で適確であり、「共感力」が高い言葉かけと行動があり、お客様満足度が非常に高かった

敢えて、弊社間際のビジュータイムに電話を入れるという、過酷な条件ではあったが、どのような事情も、お客様には関係ない。ましてや、ピアスをなくし困っているお客様にとっては、尚更のことである。この店は、顧客アンケート結果も業績も、90店舗中、常にトップクラスであった。

このように、1本の電話がその企業(店)のイメージは勿論のこと、業績までをも左右する。しかし、CSの時代等といわれながらも、この1本の電話が疎かにされているケースの、実に多いこと。ここで大切なこと、それは、ピアスを失くし困っているお客様の気持ちに、どれだけなれるか、ということにつきる。お客様の立場に立った、共感力高い言葉かけと、動揺するお客様への、冷静で適切な誘導(5W3Hによる)が求められている。

それらを徹底継続することが顧客満足の重要なポイントとなり、お客様との信頼関係を高める。そして、その行為の積み重ねが一見客から顧客へ、そして「ファン」へと繋がっていく。

現在、この「共感力」が高い企業が、店が、人が、最も輝いている時代である。

## 法人協会ニュース

### 松岡利勝農林水産大臣との面談

去る10月17日(火)、当協会の長谷川会長、安達副会長、忠副会長、松藤副会長、輸出委員会から伊藤委員長(宮城)、吉川副委員長(熊本)、片山委員(青森)、牧幹事(愛媛)が、松岡新農林水産大臣と面談をしました。当初、面談時間は10分間の予定でしたが、話に花が咲き、約20分間も時間を割いていただきました。



冒頭、長谷川会長が大臣就任の祝辞および当協会の現在までの経緯をご説明し、さらに今、長期ビジョンを作成している旨を報告。その後、大臣からは、協会のさらなる展開を期待している旨のお言葉をいただき、とりわけ輸出の促進、農地問題等については、陳情ではなく、先駆者としての理想的な方策等、当協会の積極的な意見の提示や活動を期待する、そして農水省と共に解決に当たろうとの激励を受けました。

## やまと凜々アグリネット 視察研修会のご案内

やまと凜々アグリネットでは、2回目の視察研修会を富山県立山町で開催します。今回は(有)食養(たべよう)の杜とやまの視察を中心に、内容の濃い会員同士の情報交換や相互研鑽を図ります。前回4月に福島県において行われた視察研修では17名の方にご参加頂きました。

アグリネット会員以外の女性経営者等の皆様にもご参加いただけますので、10月30日まで事務局にお問い合わせください。

なお、詳細は当協会ホームページ、会員専用ページ内にも掲載しますのでご参照下さい。

<開催日程>

平成18年11月27・28日(月・火)

<場所>

富山県立山町 宿泊:立山国際ホテル

<参加費>

15,000円(参加日程によって設定あり)

## 農地をお探しの方へ 国税庁公売情報HPのお知らせ

全国12ヶ所の国税局が実施している公売情報が、国税庁HPから一括して検索できるようになりました。これまでは農地を含む不動産の公売情報を個々の国税局が発表していましたが、都道府県単位で最新情報を検索することができず。

公売とは、公の機関が滞納税金等を徴収するために差押えた財産を入札やせり売りによって売却しようとするものです。詳しくはリンク先の「公売について」をご参考下さい。

事務局では、今後、積極的な情報提供について検討しています。

公売情報HP <http://www.koubai.nta.go.jp/>  
(当協会HPのトップにリンクを貼りました)

## アグリビジネス経営塾 第313号

本紙に関するお問合せは下記までお願いします。  
社団法人日本農業法人協会

(HP:<http://www.hojin.or.jp/>)

TEL:03-5156-0365/FAX:03-5156-0366

MAIL:juku@hojin.or.jp

©(社)日本農業法人協会 2006

本紙掲載記事の無断転載を禁じます。