

社員教育(6)

顧客創造の時代に……

～デパートの接客対応、3つの鉄則～

(株)CDMコンサルティング
代表取締役 / 研修講師
林 三津子

近頃のデパートは「食」に力を入れているらしく、デパートは勿論のこと、各地の「物産展」や「ごちそう展」等の催しはいつも好評で、どこも賑わっている。

またレストランも、従来のような大食堂は陰をひそめ、有名な店が多数軒を連ねるレストラン街として、リニューアルオープンするのが最近の傾向である。

一方で、デパートの接客は、サービス業の「手本」とされながらも、扱う商品の数が多岐に渡り、また、様々な雇用形態のスタッフで構成されているため、いろいろと問題も多い。

そのようななか、数年前より某デパートのCS(顧客満足)調査を実施している。このデパートでは、年に一度、(全店)を対象とした「接客対応」についてのミステリー(覆面)調査を行っている。そして、ランキング表示されたその結果は、各支店のみならず、本店の支店長会議でも報告され、様々な雇用形態のスタッフの自己啓発や、共通のモチベーション(やる気)向上のためのツールとしても役立っている。ところが、この調査の中でなかなか改善が図られず、ずっと後追い調査をしている「接客対応」の3項目がある。

1つ目は、「第一印象的要素に欠ける」点である。

第一印象は瞬時(7秒)に決まると言われ、販売員の挨拶や表情、態度、声、話し方等がその要素となる。その内訳は、「目」から入る印象が59%、「耳」から入る印象が38%、その他、7%と言われている。即ち、第一印象においては、商品力や企画力もさることながら、そこにいる販売員のイメージそのものが重要なポイントとなる。

このデパートでは、全体的なサービス・レベルの向上は見られるものの、全員揃っての「明るい挨拶」や「明るい笑顔」、「アイコンタクト」等といった、接客対応の「基本」ともいえるべき点がなかなか改善されずにいる。

2つ目は、「アプローチや切り出しトークに工夫がみられない」点である。

お客様をお迎えした際のアプローチ(接近)のタイミングの早すぎ、遅すぎで、せっかくの販売機会を逸してしまう販売員が多い。また、その際の切り出しトークにおいても、「何かお探ですか?」とのワンパターン・トークになりがちである。これは、非常に難しい点ではあるが、そろそろ卒業したい。

“2人に1人が、特に欲しい物がない”と答える飽食の時代、明確な目的をもたず来店されるお客様も多いはず。「何かお探ですか?」と尋ねられれば、「いえ、特には…」と答え、立ち去るほかない。もっと、お客様の潜在意識を引き出すような、アプローチの問いかけが欲しい。

3つ目は、「聞かれたことしか答えない(応えない)」点である。

セルフサービスの影響か、最近のお客様は、殆ど質問をしてこない。

それゆえ、接客マニュアルでの対応も、「トイレはどこですか?」等の質問に対して、以前は「手差し」で案内していただけであったが(持ち場を離れてはいけないという理由で)、最近では、その場所までご案内するようになってきた(お客様からの質問が貴重なものとなったから)。しかし、マニュアル外では、「気の利いた一言」でアプローチできる人は、まだまだ少ない。

また、質問されない習慣が続くと、勉強しなくなる。そして、稀に専門的な知識を要求されたときなど、即答できずに長くお待たせする、また、しどろもどろな対応をしてしまう等といったアクシデントにもつながる。

以上が、某デパートの「接客対応」における問題点であり、それらの改善に、日々、奮戦しているのが、「フロアマネジャー」と呼ばれる現場責任者の存在である。

フロアマネジャーが常時売場におり、お客様の把握、売場スタッフの管理は勿論のこと、マネジャー自ら、「いらっしゃいませ」等の声かけを率先しているフロアは活気があり、業績もよい。逆に、フロアマネジャーが、殆どバックヤードから

出てこないような売場は、活気に乏しく、業績も悪化していることが多い。即ち、フロア・マネジャーのレベル＝フロア・サービスのレベルということだろうか・・・。

これら3項目をクリアし、なお且つ、さりげなく、気の利いたサジェスションをしてくれる「販売のプロ」に、たまに遭遇することがある。そんなときは、無性に嬉しくなり、思わず衝動買いをしてしまうこともある。

顧客創造の時代といわれる昨今、上記のような項目は、どのサービス業にも通ずることである。

そして、デパートの接客サービスには、今後、益々いろいろな要素が求められる。

しかし、接客サービスの「真髄」とは何かと問われたら、案外、このような基本的3項目なのかもしれない。それゆえ、デパート調査においても、これら3項目が、ずっと課題となり続けているのであろう。

法人協会ニュース

群馬県が37番目の支部に！！

3月15日、群馬県の総会が開催されました。協会の表記・名称を「ぐんま農業法人協会」から「群馬県農業法人協会」に改め、社団法人日本農業法人協会の支部になること等が決定されました。また役員改選が行われ、澤浦彰治氏から武井尚一氏に会長が交替されました。

群馬の皆さん、今後とも何とぞよろしく願いいたします！！

『やまと凛々アグリネット』視察研修会 in 大分』開催されました！

女性経営者等の集まり「やまと凛々アグリネット」の第3回視察研修会が3月22日～23日に開催されました。今回は有 ゆふいんフローラハウスの安藤さんや大分県農業法人協会の二宮会長にも、視察を含め多大なご協力を頂きました。二宮会長の有 ハーブガーデンや、有 メルヘンローズさん、大山きのごセンターなどを視察させていただき、貴重な情報の交流をさせていただきました。

特に、「ゆふいんフローラハウス」の安藤社長ご夫妻には食事・宿泊から視察先の設定に至るまで、本当にご面倒をおかけいたしました。ありがとうございました！

やまと凛々アグリネットも3年目を迎え、動きが活発になります。乞うご期待下さい！

食料・農業・農村政策審議会 食糧部会」が 開催

3月27日、農林水産省で「食料・農業・農村政策審議会」の「食糧部会」が開催され、委員である秋田の藤岡さんもご出席されました。今回の部会では「米穀の需給及び価格の安定に関する基本指針」および「麦の需給に関する見通しの策定」が議論されました。藤岡さんは「生産調整は、長い間コメ政策の根幹的な問題。依然として過剰作付が続いている。価格が下落するから、余計に作付けをする。そのような中で3～4割やれ、と言われても無理がある。構造的な変化が必要。」など、現場の経営者としての実感ある発言をされました。

加工・業務用野菜交流会「東京」 出展者募集のご案内

農水省の主催による、加工・業務用野菜の生産者と外食・中食・食品メーカーなどとの商談交流会が開催されます。費用対効果の良い商談会ですので、ご希望の方は是非ご一報下さい！

件名 加工・業務用野菜交流会「東京」

日時：7月6日（金）10:00～16:00（予定）

会場：東京都産業貿易センター浜松町館
（JR浜松町駅徒歩5分）

主催：独立行政法人農畜産業振興機構
農水省野菜課流通加工対策室

開催内容：展示会・マッチングセミナー

出展参加料：無料

出展申込期限：4月16日

問合せ先：独立行政法人農畜産業振興機構

TEL03-3583-9817

E-Mail: keiyaku-ky@alim.l.go.jp

協会事務局でもお問い合わせ承ります。お気軽にお電話下さい！！

アグリビジネス経営塾 第328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.hojn.or.jp/>)

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

MAIL: juku@hojn.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。