



顧客満足の3大要素—— 「知・情・意」が聞き手の納得を生む

「三匹のおっさん」というドラマが、けっこう視聴率がよかったと聞いた。北大路欣也ら3人のおっさんが近所の悪者をやっつけるという他愛もないストーリーだが、勧善懲悪の単純ドラマがこの頃少ないせいも、水戸黄門のファンのような年配者に受けたのだろう。若い人にはちょっとわからない話であるが、このドラマは往年の時代劇の名作、「三匹の侍」を下敷きにしてある。

面白いことに洋の東西を問わず、3人組のチームが活躍するストーリーのドラマには決まりごとのような人物造型がある。使命感に燃える強い意志を持ったリーダーを中心にして、理科系専門職的な知恵者と人情派がそれを囲むという構図だ。これも若い人にはわかりにくい（どれだけオバさんネタやねん）、スタートレックのカーク船長、Mr.スポック、Dr.マッコイのトリオもそうである。

この造型は、「知・情・意」という人間形成の要素に基づく。「知」は知性・論理、「情」は感情・心理、「意」は道徳・倫理だ。

簡単に言うと、道徳観が高く、頭がよく、人の気持ちがよくわかる人が知・情・意の揃った人だ。人の話に説得したり、納得することもまたこれに基づく。すなわち、話し手の道徳観や倫理が信用できて、話の内容が自分の感情にフィットし、論理的に筋が通っていると思ったときに人は得心する。反対に、うさんくさい人が不快な言葉で相手

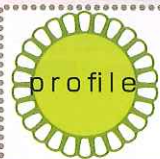
を傷つけ、筋も何にも通らぬ話をしたら誰も信用しないだろう。

クレーム対応での「知」とは筋の通った明快な説明であり、「情」は顧客の気持ちに寄り添い、それを表現することだ。「意」は顧客満足や会社の経営理念を具現しようとすることである。「意」をエンジンとして、「知」と「情」の二輪が動いている状態が望ましい。

「知・情・意」は、頭・心・腹と置き換えてもいい。いかに商品知識やメカニズムに詳しくとも、顧客の心が読めない頭だけの対応ではいけないし、反対にいくら親切に対応しようとしても、そもそも商品知識が乏しいうえに整理して物が言えぬようでは心もとない。口達者でうまいこと言うが、内心は損得だけだったり、顧客を馬鹿にしている対応者はいつか化けの皮が剥がれる。頭・心・腹の三拍子が揃ってこそ、顧客に満足される対応となる。

最近では、人間形成全体の指標として、「知・情・意の教育」を謳う学校も多いと聞く。

そういう自分は「知・情・意」を十分に満たしている人間なのだろうか、我に返って考えてみた。私は研修講師という一応、人様にものを教える仕事をしているが、私の知・情・意を顧みるとどれもこれも中途半端なのかもしれないと思う。〇〇歳にして、人生、道半ばだ。まだまだ「三匹のおばちゃん」を結成する勇気はない。



著者：玉本美砂子

テレマーケティングアウトソーサー、JBMコンサルタントの代表取締役社長。日本電信電話ユーザー協会講師で、同協会主催の電話対応コンクール全国大会の審査員。著書に「クレーム対応の基本(ぱる出版)」「クレーム対応 聞く技術、断る技術(ぱる出版)」がある。