

Recipe

「クレマーだから」で済まらず
「なぜクレームになったか」を考えよう

大阪人のリアクションのひとつ。良くないことが突然起こったとき、「うわっ!」と言う。例えば食卓でコップをひっくり返したときに「うわっ! 最悪や」。他にも、「うわっ! 雨や」「うわっ! やっても〜た」など。変なものを踏んでしまったとき、「うわっ、踏んでも〜た」と言いながら周囲に靴底を見せて回るのもパターンのひとつである。

もちろん、すべての大阪人がいつもこんな会話をしているわけではない。ちゃんとするときにはちゃんとする人が多数だ。赤信号をきっちり守る大阪人もいるのだ。ヘンなレッテル貼りはやめてほしいと思う(と言いながら、自分たちの特性を言われて、そうや、そうや、と喜ぶのがまた大阪人でもある)。

人は、ともすれば「あの人は〇〇だから、こうだ」とレッテルを貼りたがる。科学的根拠も立証されていないのに、血液型で人の性格や行動を決めつけようとするなどはその典型だ。

多重人格ではなくとも、人は誰もいくつかの顔を持っているものだ。いい意味で多様な顔を持つ人ほど、人間性が豊かともいえる。簡単にレッテルを貼りたがるのは、それが楽であり、面倒くさい人間観察をしなくて済むからではないだろうか。

例えば、クレームを言うお客さまに対して、簡単に「クレマー」のレッテルを貼ってはいないだろうか。

きついクレームを言う人が、どこでもいつでもク

レームを言い続けているわけではない。ある会社にとってのクレマーが、他の会社にとっては実にいいお客さまであることもあるし、こちらがクレマーと決めつけた人が、本当はその商品の大ファンということもある。

もちろん世の中は広く、自分には考えられないような人もたくさんいる。若輩ながら(?)私もそんな人を数多く見ている。しかし、よほど特殊な因子を持つ人でない限り、生まれつきのクレマーはいないと考え、クレマーという他責レッテルを簡単に貼らず、まずは自己を省みるのが誠実な職業人の姿勢だろう。さすれば、はじめからクレマーというタイプの人がいるのではなく、会社や対応者がクレマーを育てているのではないかとまずは考えようではないか。

ちょっとした誤解に過ぎなかったのに、対応のまずさで問題が大きくなったケース。不満が積み重なってクレームになった顧客。過大な期待を与えるような売り方をしたことが起因する不満。商品と顧客がミスマッチを引き起こすようなマーケティングをした場合などなど。クレームの原因はいくつも考えられる。クレマーと決めつける前に、こうした原因についてきちんとした検証をすることが必要なのではないか。

「うわっ! クレームが来ても〜た。最悪や」で済ませてはいけないのだ。



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(ばる出版)」「クレーム対応 聞く技術、断る技術(ばる出版)」がある。