



「知識」「技」だけのクレーム対応に喝！
ホスピタリティの真髄は「思考力」にあり

バナナや納豆などが体によいとテレビで紹介されたらコンビニでよく売れるという話を聞いたことがある。確かにそれらは体によい食べ物だろう。しかし、バナナや納豆だけを毎日食べ続けてもそれは体によい食生活だとは言えない。バナナや納豆の持つ成分は“体によい要素”のひとつに過ぎないのだ。「何を食べれば体によいか」という知識だけではなく、「体によいこととは何か」を問う思考力がなければ体によい食生活は実現できない。

クレーム対応に関しても同様のことがいえる。FAQを見て「何をすればクレームが収まるか」の知識を得る前に、「クレーム対応とは何か」を考えることが先であるべきだ。そして、その考え方の差が対応の差に結びつくのではないかと私は思う。

もう何年も前の話だが、北陸の温泉に旅行に行ったことがあった。ひと風呂浴び、脱衣場に戻るとロッカーの鍵がどうしても開かない。あられもないスタイルでフロントに行くわけにいけないので、備え付けの電話で仲居さんと呼んだ。周りの人は何事かと怪訝な様子である。駆けつけた仲居さんは、ロッカーに突き刺した鍵を見て、私の耳元で「鍵が反対でした」とささやき、そして大きく、周りの人に聞こえるように「鍵がかたくて申し訳ありません」と言って頭を下げた。“顧客に恥をかかせてはいけない”という配慮がうかがえる実に気持ちのよい対応だった。良質のサービスの提供とい

うより、人としての思いやり=ホスピタリティを感じさせる対応だった。一般的なサービスは知識(マニュアルやルール)の整備でまかなえるかもしれないが、ホスピタリティは“考え方”が身につけていることが必要であると痛切に感じたものだ。

仮に、鍵が逆であることを大声で顧客に伝えたとしても問題は解決しただろう。しかし、それでは顧客に恥をかかせてしまうことになる。対応のゴールは、「顧客に気まずい思いをさせず、快適に旅を楽しんでもらうこと」であるはずだ。かの仲居さんにはそのゴールがわかっていたと思う。

事象の1つひとつを検証して、こちらのミス・不手際か、それとも顧客の勘違いや不当な要求かを明らかにしながら問題解決していくことだけがクレーム対応ではない。もちろん、謝罪方法や言葉遣いに気をつけることだけがクレーム対応でもない。それらは、クレーム対応の“1要素”である。

顧客が求めるものは心理的満足だ。クレーム対応の本質は、顧客に敬意を持ち自尊心を傷つけず心理的な満足感を満たしたうえで、会社との良好な関係/コミュニケーションを継続させることにある。このゴールを見据えてモノを考えず、声のトーンや話し方ばかりに気をとられることは、「木を見て森を見ず」と言える。バナナを食べればそれだけで健康になると思ってコンビニに行くようなものなのだ。



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(ぱる出版)」がある。