

クレーム対応力こそ差別化要因 「もうやってくれたのか！」が信頼を生む

今や「供給過剰時代」であり、品質の差別化だけでなく「クレーム対応力」を磨く必要があります。

クレーム対応力を差別化商品に

以前、大手自動車メーカーのリコールが大きな問題になりました。日本が誇る最高の会社でも、クレーム対応を一步間違うと、こんな大きな問題になってしまう現代では、私たちも“ひとごと”と考えずに、各社でもう一度クレームなどの顧客対応を見直さなければなりません。

製品や商品の品質は大事ですが、供給過剰時代では品質がいいものはたくさんありますし、代替商品なども豊富ですから、製品・商品の良さだけでは差別化は難しいと考えられます。

しかし、クレーム処理でお客様が考えている以上の対応ができれば「もうやってくれたのか！この会社は信頼できる」と逆に関係が強化されます。さらにそれが“口コミや紹介”にもつながるかもしれません。

企業間取引でも同様で、顧客企業の下にはさら

に顧客がいるのですから、対応が遅かったら顧客企業からの信頼にもかかわります。逆に言えばクレーム対応の良さ、アフターフォローの良さなどで差別化できれば、必ずしも安売りしなくても顧客から選ばれる企業になることが可能になってくるのです。

IT化や機械設備の導入も大事ですが、他社に真似されたら差別化はそこで終わってしまいます。しかし訓練され、磨きこまれたローテクな人間対応力は、簡単に他社は真似できません。それ自体が自社の強みになり、顧客対応力そのものが差別化商品にもなるのです。

対応をルール化し、社内のベクトルを合わせる

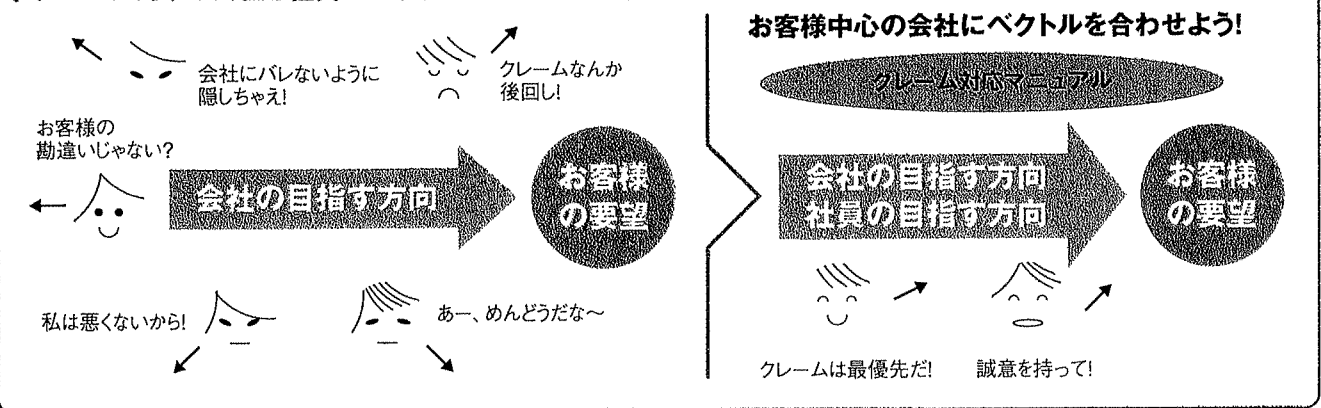
クレーム対応のポイントは次の2点です。

1. 全社対応、最優先処理。
2. クレームを起こしたことは責めないが、クレームを隠した場合やクレーム処理を怠った場合は処罰する。

お客様からのクレームの電話を取った社員が、「私には関係ないもん」というような態度であったら、穏やかに話し合いをしようと思っていたお客様も烈火のごとく怒り出します。クレームを起こした社員にクレームを隠されてしまったら、悪い風評を流されて会社が潰れてしまうかもしれません。今はインターネットなどの情報化社会なので悪評はあっという間に広がる危険性があります。本人が隠すだけではなく、クレームを起こした人が先輩上司の場合、まわりの部下後輩も会社に申し出ることにはできないのが人間心理です。これらを解決するためには社内のクレーム対応ルールを決め、教育訓練を行い、理解度・実行度を評価することが必要です。



クレームに対する会社と社員のベクトルは合っていますか？



A社の「クレーム対応マニュアル」(抜粋)

1. クレームに対する基本的な考え方

■全社対応、最優先処理

クレームに対しては、全員で協力し、最優先の仕事として誠意とスピードで対応すること。お客様がいるから給与がもらえることを忘れずに。

■犯人探しはしない、起こしたことは責めない

クレームに対して誠意を持って対応するとお客様の信頼を得られる。逆にクレーム対応を誤ると、悪い風評を流されるから会社の危機となる。だから犯人探しはせずに、クレームを起こした人も責めないで、全員で会社の危機として協力しながら対応する。

■クレームを隠した場合には処罰する

クレームが隠れてしまうと、悪い風評を流されても気がつかず、会社の危機となる。したがって、クレームを起こした人は責めないが、クレームを隠した人や処理が不完全であった場合は会社が厳格に処罰する。報告書や日報にウソがあった場合も同様。

2. クレームの初期対応

- ・クレームは、最初にそれを受けた人の対応で処理の大半が決まる。対応が遅れたり、お客様の感情を害したりするとやり直しだけでは済まなくなってしまう。会社を代表して、ひたすら誠意を持って対応する。
- ・言い訳や、お客様の手違いなどを指摘するのは厳禁。火に油をそそぐことになる。お客様の感情をせずめ、話し合いの場を引き出すこと。
- ・理屈でお客様に勝っても商売で負けていたら何の得にもならないと心得る。

- ・もしお客様側に勘違いがあり、その必要上説明しなければならぬときも「私の説明不足で申し訳ありません」とこちらの非を認めて詫げること。
- ・それは自分の部門の責任ではないなどと考えない。営業でも総務でも、お客様から見たらお金を払っている同じ会社の社員である。会社を代表して適切に連絡を取り対処すること。
- ・クレームが我社の原因ではなく信頼にかかわるときは、客観的なデータや写真などをお見せしたうえで、丁寧に説明する。

3. クレーム処理のポイント

- ・クレーム処理に全力投入し解決すると、お客様は「もう直してくれたのか」「こんなに早く来てくれるとは思わなかった」という感嘆の声をあげ、「この会社は信頼できる!」と他のお客様をご紹介頂けたり、次の指名受注につながったりする。クレーム処理の基本と目標はここにある。
- ・緊急で重大な場合は社長または〇〇部長にすぐに電話を入れ、対処方法の指示を仰ぐ。
- ・その他の場合は、担当者や上司と相談しながら、お客様との話し合いで約束したとおりに至急手配や処理を行う。二重ミスを起こさないように気をつけること。
- ・処理後はクレーム処理ノートへの記入を忘れずに。個人の問題ではなく全社的な問題として共有することで、お客様から支持される会社を目指す。
- ・クレーム処理を完全に処理した後は、お客様への訪問を増やし、誠意を持ってアフターフォローに専念する。(以下略)