

クレーム対応が 顧客とのより良い関係を築く

ご利用者やご家族からクレームを受け、その対応のまずさから二次クレームが起こるケースがあります。一方で、迅速・誠実な対応をすることで、より良い信頼関係を築くこともできます。

ある統計によると、商品を購入したりサービスを受けた顧客の40%は「不満」を感じるそうです。しかし、その不満を訴える人は、その中の4%(全体の1.6%)だそうです。100人の顧客がいたら、40人が不満を感じ、そのうちの1人か2人しか「不満」を申し立てる人はいないということになります。

更に「グッドマンの法則」によると、不満を訴えた人の内、迅速に問題解決した場合の再購入率は82%、対応に時間がかかった場合の再購入率は50%、問題解決せず不満のままの人の再購入率は0%だそうです。

迅速な対応で不満を解決することで、顧客との関係は保たれ、それまで以上の良好な関係を作ることもできます。ピンチはチャンスとなるのです。

一方で不満を訴えない多くの顧客は、問題解決せず不満のままということになります。不満を抱えたまま、商品やサービスを利用することで、不満が蓄積され、そこに何かトラブルが発生すると、大きなクレームとなるのです。

こうならない為には、一人の顧客から出てきた不満の声をしっかりと受け止め、改善策を考え、実行することで、声に出さない顧客への不満の対策となるのです。

私の経験ですが、前職の介護事業で勤務した際の、顧客満足度調査を思い起こしますと、ご要望や苦情を表明される方は、上記のほぼ1.6%に合致します。この数少ないご要望・苦情に対し、改善策を講じ、運営懇談会で発表をしていました。この行動が、かくれたご要望・苦情をもった方への対応に繋がっていたのではないかと思います。



垣内 イスズ