

スタッフの対応一つで お客様の心を掴む

自宅の水回りのリフォームのため、3社のショールームに行ってきました。

既に業者から見積書を出してもらっていましたが、その情報はメーカーのショールームで共有できるようになっていました。

1社目のショールームは対応が決して悪いわけではないのですが、担当してくださった方に好感をもてず、少し不快感が残りました。きちんと説明をしてくださるのですが、心が伴っていないというか、ただ決められた説明とスケジュールをこなしているように感じました。3社訪問した中で、こちらが一番込み合っていましたので、担当の方も時間に追われているということもあったとは思いますが。

実はこのメーカーの商品は極力使いたくないけど、予算を考えると妥協もしないといけないと思っていました。当初依頼しようと思っていた工事業者からの一押しプランは全てこのメーカーの商品でしたが、ショールームでの対応と、自分の思いもあり、この業者の一押しプランは却下し、業者も知り合いから紹介してもらった別のところに変更しました。

2社目のショールームは、1社目に比較すると丁寧で物腰柔らかく、何かほっとする感じの対応で、キッチンはこちらのメーカーに決定しました。

後で業者さんにその対応について伝えると、このショールームは「大阪で一番評判の良いショールームです」とのことでした。このメーカーの中でも随一とのこと。

1社目のショールームの評判も、私の印象と同じものでした。

3社目は予約を入れず昼の12時半頃に行き、受付で「対応はしてもらえますか」と聞くと、それぞれのコーナーに担当がおりますので、空いていましたら対応できますとのことでした。期待せずに行ったのですが、とても丁寧に对应してくださり、トイレに加え手すりの設置も追加し決定しました。こちらも好印象でした。

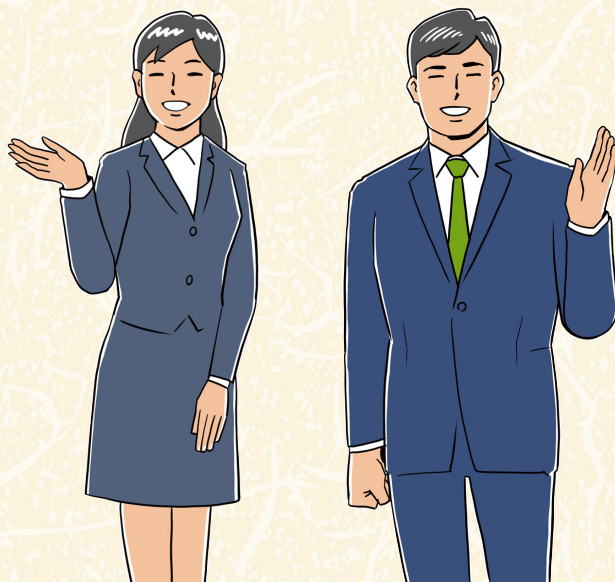
設置する商品が決まり正式に契約した後、インテリアコーディネーターの方とクロスの検討に入りました。まずは、白を基調としたもので、我が家に合うと思われるものを提案してくださいとお願いしました。

一週間ほどして、クロスの見本帳を持ってお越しいただき、実際の場所にクロス見本を合わせながら決めていくという、とてもワクワクする体験をしました。

半分は提案いただいたもの、半分は見本帳をめくりながら自分好みのもので決定しました。

このインテリアコーディネーターの方は、2社目の方を上回る丁寧さと物腰の柔らかさで、包み込むような雰囲気の方でした。何度か変更依頼もしたのですが、それにも気持ちよく対応してくださいました。

あまりに心地よかったので、リフォーム工事が終わったら食事にお誘いし、なぜこれほど穏やかに物腰柔らかく対応できるのか、この方の背景、これまでの経験、仕事への向き合い方などお話を聞きたいと思っているほどです。



この4人の方の対応は大きな違いがあるわけではありませんが、対応する側の心構えや仕事に向き合う姿勢が、お客様の印象の良しあしを決めてしまうと感じました。

そして、その印象は会社の印象・評価にもつながります。

年齢や経験もあるとは思いますが、それだけではなく、会社や上司が日頃お客様対応について、部下にどのようなことを伝え続けているのが、働く人たちの心構えとして浸透していくのではないかと思います。

その基本になるのは「理念・行動指針」です。

「理念・行動指針」は企業の存在意義・存在価値を社外にも社員にも伝えるものであり、社員の心を同じ方向に向ける唯一無二のものです。「理念・行動指針」を額縁の中の言葉として壁にとどめるのではなく、伝え続け、これに基づいて行動するにはどうすればよいかを社員全員で常に考える必要があります。

ある社会福祉法人様では、理念研修を毎月1回実施しその意味や思いを互いに話し合う機会を持ち、朝礼では理念に基づく行動として何をしているかを毎日数人ずつ発表してもらっているそうです。このような日々の活動が、生きた「理念・行動指針」になり、社員の心に浸透し当たり前前の行動に繋がっていくのではないのでしょうか。

「あなたが担当だからこの商品を買いたい」「あなたがいるから、この老人ホームに入りたい」と、お客様に言わしめる社員がどれだけいますか？



垣内イスズ