

お客様満足研究会だより

Ｏ Ｍ 研 レ ポ ー ト

第52号（2016年8月10日）



第 5 2 号の主な内容

- ・第 4 6 回リレー談義
- ・第 7 8 回事例研究会（於；大阪薬業年金会館）
- ・第 6 0 回 OM 研セミナー（於；大阪薬業年金会館）
- ・第 7 9 回事例研究会（於；株式会社マンダム）
- ・第 6 1 回 OM 研セミナー（於；大阪薬業年金会館）
- ・高城正光の推薦本
- ・事務局からのお知らせ ・ OM 研セミナーのお知らせ



第 4 6 回リレー談義

「お客様満足研究会での出会いを糧として」

菊正宗酒造株式会社
お客様相談室
井内 明子



私がお客様満足研究会に参加させていただくようになって、一年が経ちました。私はお客様相談室が販売統括部門から「品質管理部」へと組織替えになった一年前、新規配属になりました。新たな部署で新たな仕事を行うにあたり、その意義を見いだすのに自分が成すべきことは何なのだろうと模索した一年でした。

「品質管理部」として「対応の品質を高める」のが必須だということはわかりましたが、どう対応するのが品質の高い対応なのかについては、お客様満足研究会のセミナーで教わったことを拠り所にさせていただきました。

事例研究会や情報交換会では、各社のお客様相談窓口ご担当の皆様や世話人の方々と交流を通じ、お客様からの声を社内に向けて情報発信することや、今後の会社の営業活動に活かすよう働きかける活動を行うことも、お客様相談室として大切な仕事であることを教えていただきました。

私は新たな取り組みとして最初に「情報発信の強化」を行うことにしました。私の配属時には、当社で「日報」「週報」は発行していましたが、「月報」は発行されていませんでした。

そこで、情報交換会でお会いした皆様に、どのような「情報発信」をされているのかをお聞きしました。メールでもお聞きさせていただきましたが、皆様からご丁寧に教えていただき、中には「参考になれば・・・」と資料をご送付いただいた方もおられました。

教えていただいたことを参考に、おかげさまで昨年 10 月より「月報」を全社向けに発行しています。今までお客様相談室から全社向けに情報発信は行っていなかったのですが、発行するようになって、「毎月楽しみにしているよ」と声をかけられることも度々で、取り組みの手応えを感じています。

次に、お客様のお申し出で特定の業務改善に活かせると判断した内容は「顧客対応で得た情報からの提案書」という書類にまとめ、関係部署に配信する取り組みを、昨年 11 月より始めました。すぐに業務改善に繋がった事項もあり、継続的に行っています。

また、新入社員向けに「お客様対応について」の研修も実施いたしました。これもお客様相談窓口として、社内研修を行っていることを教えていただき、必要性を感じ、研修を行いたい旨人事部門に提案、資料を作成、研修の実施に至りました。

さらに、従来当社では「苦情処理」という名称で、お客様からのお申し出に対応してきましたが、マイナスイメージから脱却し、前向きな業務と捉えるために「お申し出対応」と使用する言葉を変更しました。この変更の際にも、各社の皆様に呼称や取り組みについて、詳しく教えていただいたことを参考にさせていただきました。

これまで色々と教えていただいた各社の皆様、紙面を借りて改めて御礼申しあげます。私から皆様に恩返しができる日が来るよう努めてまいりますので、今後とも（どうか懲りずに）よろしくお願い申しあげます。

■■第78回事例研究会■■

日時；2016年4月20日 13:00～17:00
場所；大阪薬業年金会館 参加者数；58人（世話人含む）
＜事例発表＞

トーラク株式会社（発表者；境井勉氏）の事例

商品のパッケージのシールがきつすぎて開かず、食べようとしたら突然中身が飛び出し、新車の内部がベタベタになったと、お客様が激怒し「馬鹿野郎」を連呼したというもの。当該商品を預かり検査。異常がない事を報告するも、実際に商品の開封を試していないことや、新車が汚れたことの無念さに寄り添う気持ちがないことを叱責された。お客様の申し出を真摯に受け止め、関連部署と連携して行くことをお伝えする。お客様の「モー疲れたわ！」とのお言葉で終了。

ワコー株式会社（発表者；堀内健作氏）の事例

浴槽洗浄用スポンジが2週間ほどで裂けた。あまりに対応期間が短いのでは、という申し出。当該品の返送をお願いするも、取りに來いの一点張り。数回のやり取り後も「取りに來い」を繰り返し、最終的には部長が訪問することに。「担当者が自己弁護ばかりで腹が立った。部長さんの対応で納得いった。とにかくあまりに早く裂けたのを伝えたかっただけ。商品のことはそちらで考えて」とのお言葉で、商品代金を返金し、現品をお預かりして帰社。その後連絡なく終了。

四国化工機株式会社（発表者；宮崎稔子氏）の事例

商品に石が入っていたという申し出。ご迷惑をお掛けしたことをお詫びし、残っている現品と石を、購入された生協にお渡しいただくよう依頼。生協の会員であるお客様は、生協を通しての対応に気を遣っておられ、ご不満の様子でした。しかし、それが正規の対応であることをご説明。不承不承ながら了解される。生協の対応には感謝するも、同社の対応には不満を表明。以後生協と相談のうえ、生協での対応を続行。検査結果では、異物は石と判明したが、混入経路は特定できなかった。



▼▼第60回OM研セミナー▼▼

日時；2016年5月18日 13:00～17:00
場所；大阪薬業年金会館 参加者数；30名（世話人含む）
テーマ；電話応対基礎講座「コミュニケーション力向上研修」

～お客様に寄り添った言葉があなたの電話応対を変える～

講師；玉本美砂子氏（株式会社JBMコンサルタント代表取締役社長）

今回のセミナーは、先ずクレームの定義とクレーム発生の要因について知ることの大切さ、その上でお客様とのコミュニケーションをしっかりと取ることの重要性を理解し、その技法を学ぶことに主眼を置いた内容だった。

玉本先生は、お客様対応では、お客様の苦情・問い合わせにどのように答え、対応するかを考えるに集中しがちだが、「真摯に聴く」ことが最も重要である、と強調された。しかも「聴く」というのは、私達がただ「聴いている」というのではなく、お客様に「聴いている」ことをしっかりと伝えることである。そのために欠かせない、言葉づかい、あいづち、事実や要約や感情のフィードバック、共感の言葉などを、ロールプレイングを通して実践的にまた分かりやすく学ぶことができた、とアンケートの結果による参加者の評価も大変高かった。



■■第79回事例研究会■■

日時；2016年6月15日(水) 13:00～17:00

場所；株式会社マンドム 参加者数；53名（世話人含む）

<事例発表>

江崎グリコ(株)（発表者；阪田孝繁氏）の事例

アイスバーに赤いものが入っている……。引きとって調査すると血液が付着。血ですと返事すると、そんなに簡単な回答でいいのか、子供が食べたので母親として非常に心配だと怒りを増幅。同じことを執拗に言ってきたが最終的に子供の血液の可能性が高いことで納得し終了した事例。

常盤薬品工業(株)（発表者；北川真由美氏）の事例

ビューラーを使ったところまつ毛が抜けるとの申し出。ゴムの劣化で起こることは説明したが、引きとった商品はゴムにヒビが入ってそこにまつ毛が付いていた。しかし1ヶ月以内におきたと言い、それが十分に説明されていないこと、耐久試験資料の要求、夜9時以降の電話を強く希望など、出来ないことが多くもめた。現金書留返金希望を郵便小為替で返金。しかし受け取り時間が過ぎ戻ってきたので再度郵便為替を発送で終了した事例。

ロックフィールド(株)（発表者；大橋年美氏）の事例

店舗で販売しているお惣菜、お客様から、「子どもでも食べられますか」と聞いたところ「はい」だったので購入、食べたらとても辛く大人でも食べられなくて捨てた、きちっと説明してくれれば買わなかった、というメールでの申し出。店舗の百貨店にも同じメールがあり百貨店に窓口を一本化し丁寧に返答。しかしこれがお客様に伝わってなく電話のすれ違いもあってよりややこしくなってしまった事例。

株明治（発表者；内藤英介氏）の事例

飲み終わったドリンクのビンにカビが生えているとの申し出。時間外と週末の連絡でそして販売店とメーカー担当者の混乱をさそい、訪問時そこにあった靴をこわしたなど更に混乱させるクレーム。常習者のような感じで、最終は何もせず引きとったビンを返却で終了した事例。



坂田孝繁氏



喜多川真由美氏



大橋年美氏



内藤英介氏

（ミニ講話）お客様から頂いた感動、お客様の声からの改善提案等

●世話人の高城さんからの話し

「感動の大切さ」と題して紹介がありました。

- ・カーネギーメロン大学終身教授 ランディ・パウシュの「最後の授業」での感動
- ・介護用シューズ製造会社の徳武産業(株)（香川県さぬき市）。介護用シューズを使った消費者からの会社に届いた感動の手紙を放映

▼▼第61回OM研セミナー▼▼

日時；2016年7月13日 13:00～17:00

場所；大阪薬業年金会館 参加者数；24名（世話人含む）

テーマ；「クレーム対応実践セミナー」～失敗事例に学ぶ、電話対応トレーニング～
人の失敗事例も自分のものに！失敗を糧に電話対応が変わる

<第一部>

今回は食品と日用品における顧客対応の失敗事例を題材に、気付いた点、問題点を分析し、改善点を見つけ出し、それを実対応に活かしていくことを目的としたセミナーである。

参加者は3つのグループに分かれ、失敗事例を聞いた後、各グループで失敗のポイントや要因を熱心に討議した。どのグループもお客様の心情をくみ取る共感の姿勢、声のトーン、お客様への質問の仕方などの的確に失敗ポイントを分析していた。

その後、参加者にお客様と企業担当者を演じてもらい、クレームにおけるやりとりの模擬体験もしていただき、難しさも実感して頂いた。また、最後に日用品の事例に基づいて、スムーズな対応事例も紹介された。失敗事例との違いがどこにあったのかを聞き比べることで、理想の対応を学んでいただけた。

<第二部>

参加者の「今困っていること」など悩みをテーマにしたパネルディスカッション。進行は枘田代表、回答者は、朝倉、高城そして榮井の3名の世話人。

話が長いお客様への対応方法は、男性にあるいは上司に変われと言われた時の対応方法は、直接商品を購入したいお客様への対応は・・・など多くの質問が出され、熱心に討議された。

アンケートの結果も期待以上という方が約60%、期待通りが約40%と、「世話人オリジナルセミナー」は非常に高い評価となった。



失敗事例について真剣に考え討議する参加者達



高城正光の推薦本

『英雄の書』

著者；黒川伊保子（ポプラ社）

著者には、脳科学と独自のマーケティングをもとに人間の思考や行動をユーモラスに語る、独特の筆致で描く数多くのベストセラーがある。『英雄の書』もその中の一つです。

「失敗したら恥ずかしい」と、一歩前に出るのを躊躇することが多いだろうか。そもそも「失敗」しないために、日々努力を重ねているだろうか。だとしたら、バカバカしい。すぐにやめなさい。

「失敗」は、「能の成長のメカニズムの一環で、必要不可欠な頻出イベントなのだ」で始まる『英雄の書』第一章「失敗」、そして「孤高」「自尊心」

「使命感」「餞」の視点からなる英雄になるための秘訣を説明しています。その中で、最も多く語られているのは「第一章 失敗の章」です。

脳は、体験によって進化している。失敗すれば、失敗に使われた脳の関連回路に電気信号流れにくくなり、失敗するより前より、失敗しにくい脳になるとのことです。



昔から、よく、「失敗は成功の母」などと言いますが、それは単なる慰めでもなく、脳科学上、非常に明確な脳の成長のための真実なのです。

私自身印象に残ったところは「失敗を誰のせいにもしない」、失敗した時、それを決して他人のせいにはしないことだ。100%他人のせいだとしても、それを防げなかった自分を反省し、相手への憤りを自分の心の痛みに変えることにより、自分の脳に失敗であることを知らせる。他人のせいにしてしまうと、脳は失敗だと分からないので回路更新はなく、脳が進化しない。「もったいない」「自分がもっと気を配っていたら」「一緒になって考えてあげれば」との心の成長が、脳の成長、進化になるのです。

最後の章「餞」で印象的なのは、この本の主旨をひと言で表す「上質の異質になれ」です。それは、失敗を恐れず、孤高を愛し、自尊心と使命感によって手に入れられるのです。

著者は、ボスからいただいた「上質の異質になれ」との言葉が、人と違う成果を出せる力をくれた、と言います。そして、著者は、全ての英雄たちに「この言葉をあげたい」と願っています。

事務局からのお知らせ

●第81回事例研究会は、2016年10月19日(水) 13時より、株式会社明治で行われます。発表社は、ミズノ株式会社、小林製薬株式会社、西川リビング株式会社およびマンダム株式会社の4社。感動事例の発表は、YKK AP 株式会社です。

●第62回 OM 研セミナーは、2016年9月21日(水) 13時より大阪薬業年金会館で行われます。講師はいつも高い評価の中尾知子氏(株式会社JBMコンサルタント)です。内容は、「苦手克服の実践スキルを学ぶ」です。顧客の行動特性を知り、そのタイプに応じたスキルを学び苦手を克服する、心理学をベースにした理論的かつ実践的セミナーです。奮ってご参加ください。

●第63回OM研セミナーは、2016年11月16日(水) 13時より大阪薬業年金会館で行われます。テーマは「先進企業から学ぶ～わが社のクレーム対応とVOC～」です。先進企業の豊富な経験はきっと、会員の皆様のお役に立つと思います。

●難クレーム対応110番 今までも多くの皆さまにご活用頂いております。巻末の事務局の電話、携帯、FAX 又はメール宛て、お気軽にご連絡ください！

●OM 研ホームページに会員様専用のコーナーを設けております。パスワードは個々にお知らせしております。大いにご活用ください。

第62回OM研セミナーのご案内

『苦手克服の実践スキルを学ぶ』

～行動特性を知り、タイプに応じた対応スキルを学び、苦手を克服しませんか。

心理学をベースにした理論的な分析を学び、実践演習で、スキルを自分のものに！～

電話に出たとたんに、「このお客様、なんだか合わない気がする」「このお客様は苦手なタイプだ」と一瞬で感じることはありませんか？ 電話対応で苦勞するお客様が、なんとなく似ているということはありませんか？

あなたが苦手と感じている、その背景に、お客様とあなたの行動性の違いが関わっているのです。

お客様の話し方や思考パターンとあなたの話し方や説明パターンが食い違っていれば、いくら誠意をもって対応しても、スムーズなコミュニケーションはとれません。それが苦手意識となり、トラウマになる可能性があります。

お客様のご要望とあなたの説明がかみ合わないことがある、と感じているあなた！
普通に対応しているのに、お客様が突然お怒りになった経験のあるあなた！
部下から、いつも同じようなタイプのお客様の二次対応が回って来る上司のみなさん！
そのような方に、是非、参加して頂きたいセミナーです。

このセミナーでは、心理学を基にした「交流分析（TA）」を活用し、自分の行動特性を知り、自分と違うタイプのお客様との対応では、どのような技法が有効か・・・具体的・実践的手法を学びます。

講師は、当会セミナーにも度々登場し好評を得ている株式会社JBMコンサルタントの主席講師・中尾知子氏です。中尾氏は、年間200日を超えるコンタクトセンター向け研修実績を持つ人気講師です。

【中尾知子氏のプロフィール】

大手損害保険会社にて人事・採用。教育担当として10数年にわたり実績を積む。社内研修を通じ企業内人事育成の重要性を実感刷るとともに、人の成長をサポートしたいとの思いから現在に至る。

現在、株式会社JBMコンサルタントの主席講師として、さまざまな業種の企業・団体に講演、研修を行うかたわら、後進講師の育成、統括業務にたずさわる。

リーダーシップ、顧客満足、クレーム対応、インストラクター養成、コールセンター階層別研修など、数多くの研修を遂行中。交流分析やNLPなどの心理的なアプローチも備えて研修を得意とする。

【スケジュールと申し込み方法】

■日時 2016年9月21日（水） 午前10時～午後4時30分（受付：9時30分から）

■場所 大阪薬業年金会館 401号室
大阪市中央区谷町6-5-4

■参加費 会員：15,000円 非会員：20,000円

■締め切り 2016年9月15日（水） ■募集人 40名

■申し込み方法

お客様満足研究会事務局までメールでお申し込みください。メール番号は下記をご参照ください。

●メールタイトルに「第62回 セミナー参加申し込み」

●本文に、会社名、所属、氏名（ふりがな）、電話対応経験年数

以上をご記入の上、事務局までご送信し、お申し込みください。

当会ホームページの「セミナー参加の申し込み」からも、お申し込みいただけます。

<http://omken.org/script/mailform/seminar-entry/entry>

■問合せ先 お客様満足研究会（OM研）事務局
大阪府富田林市寺池台4丁目-305-401
電話：080-2488-7349

お客様満足研究会だより（OM 研レポート）「第 5 2 号」
8 月 1 0 日発行

発行者；お客様満足研究会事務局
〒584－0072 大阪府富田林市寺池台 4 丁目 1－305－401
TEL；080－2488－7349 FAX;0721－28－1672
E-mail:omken.jimukyoku@gmail.com