

PART 8

こんなときどうする？

「接客」
トラブルシューティング

ワンスアラウンド株式会社 取締役/チーフインストラクター

佐藤 梨枝子◎さとう りえこ



(株)コーセーを経て、1984年(株)鈴屋入社。店長を歴任後、1998年サービス推進室発足と同時に、販売サービスディレクターに就任。「サービスNO.1の会社(店)づくり」のリーダーとして活躍。2002年退社後、ワンスアラウンド(株)設立メンバーに参加。小売アパレル業界を中心に、店長教育、新人販売員教育、販売インストラクター育成教育など販売サービス分野の各種サポートを実践している。著書：「接客サービスの基本が面白いほど身につく本」(中経出版)

お客様のお店にたいする期待や要望のレベルは年々高まってきており、そのニーズも多様化しています。マニュアル通りの接客では対応しきれないケースが多くなった現在、現場に求められているのは臨機応変な対応力です。

その対応力の要となる考え方が「顧客第一主義」。この考え方をスタッフ全員に浸透させるのは、マネジャーの役割です。

これを前提に、本稿では店頭でスタッフが対応に苦慮するケースをとりあげ、接客のポイントを解説します。なお、煩雑さを避けるため、事例の店舗はすべてアパレル小売を想定していますが、接客ポイントは他業種の店舗にも共通するものです。

お客様が優柔不断だったら

ニーズを引き出し
選択基準を明確に

「あれも良いわね」「こっちも悪くな

いわ」と目移りして、どの商品を買うかなかなか1つに絞りきれないお客様がいます。こういったお客様には、イライラした態度を見せたり、急かすような対応をしてはいけません。また、「この商品はいま買わないとすぐ売切れますよ」といった決断を促すセールストークは、嘘であれば言うてはいけないのは無論のこと、たとえ事実でもお客様によっては不信感を持つ原因となるので避けた方が無難です。

商品選びに時間がかかるのは、お客様のなかで選択する基準が明確になっていないのが理由のひとつです。次のような手順で対応してみましょう。

- ①着用するシーンや時間、組み合わせるアイテムなどを具体的にお聞きし、その条件に合う商品をいくつか提案する
- ②試着してもらおうなどして実際に着用したときのイメージを掴んでもらい、条件にそって絞りこんでいく
- ③最終的に2点まで絞り込み、それぞれのメリット・デメリットを説明して、二者択一で選んでもらう

このように、お客様自身漠然としていたニーズを引き出して商品選択の基準とし、それをもとに提案することでお客様の判断と決断とを促すわけです。

もちろん、それでも決められないお客様もいらっしゃいます。そんなときは無理に売ろうとせず、考える時間を差し上げます。日を改めて来店していただくのもいいでしょう。目前の売上にこだわるよりも、本当に納得のゆく買物をしていただくほうが、お客様のお店に対する印象がよくなり、長い目で見ればプラスになります。

わからないことを質問されたら

「わかりません」は禁句

どんな質問でも「わかりません」と答えてはいけません。お客様に不信感を抱かせてしまうからです。

「その件に関しては私よりも詳しい

者がおりますので、その者からご説明させていただきます」と、速やかに代わってもらいます。答えられるスタッフがいない場合は、「申し訳ございません。勉強不足ではっきりとお答え出来ないのでお調べ致します。5分ほど、お時間を頂けますでしょうか?」と断ってから調べるようにしましょう。

お客様の質問は、お店や商品に関することばかりとは限りません。近くに駅や観光名所があるお店なら、道を尋ねられることも多いはず。飲食店の多い場所なら、「近くにおいしいお店ある?」といった質問もあるでしょう。

この種の質問にも「わかりません」は禁句。お店にとって何のプラスにもならない質問をされたときこそ、むしろお客様との親密な関係を築くチャンスと考え、誠実に対応すべきです。

銀座の或るお店では、画廊の場所を開かれることが多いので、画廊だけをピックアップしたオリジナルの地図を作成してお客様への説明に役立てています。結果、お客様が後からわざわざお礼を言いに来られたり、お買物をしてくださる方もいらっしゃるそうです。

なお、「おいしいお店」というような価値観や好みで答えが左右される質問には、「評判の良いお店は…」「あくまでも私の好みとしては…」と前置きしたうえで答えるとよいでしょう。

お客様が商品を傷つけてしまったら

いたたまれない気持ちに配慮する

ガラス製品、陶器、鏡などを破損してしまった場合は、まずお客様に怪我

がなかったかを確認します。そして、置き場所、陳列の仕方などに問題があったかもしれないと、お客様より先に謝罪するようにしましょう。

こんな時のお客様の心は、恥ずかしさや申し訳なさでいっぱいになっています。他のお客様の注意を逸らすためにも、後片付けをするのは必要な人数だけにし、他のスタッフは平常通りの接客をするようにしましょう。

お客様が弁償すると言われても、お気持ちだけいただいてお断りします。弁償を求めれば、自分に非があることはわかっている、そのお客様は二度と来店しなくなるでしょう。

そうでなくてもお客様はいたたまれない気持ちになっています。「ちゃんと保険に入っていますから大丈夫ですよ!」「高価そうに見えますが、じつはそんなことないですよ!」とユーモアを織り交ぜながら場の空気を和ませ、お客様に安心して頂きましょう。

お店にないものを求められたら

他店の品揃えを知っておくことも必要

取り扱っていないことを謝罪した上で、理由を説明します。しかし、理由を説明するだけでは、お客様のお店に対するマイナスイメージは払拭できません。近隣にある同業種の店をご案内するようにします。

このとき、「たぶん扱っていると思いますよ」は禁句です。その店にもお客様の求める商品がなかったら、あなたのお店に対する不信感が倍増するからです。他店の品揃えを事前に確認しておき、自信をもってご案内できるよ

うにしておきましょう。

お客様同士の意見が割れたら

仲裁役としてバランスをとる

購入する商品の選択をめぐって2人連れのお客様の意見が合わないとき、販売員の役割はあくまでも仲裁役です。どちらかの肩を持ちすぎないようにしましょう。販売員に間に入られるのを嫌う方もいます。よく様子を見て、あくまでも控えめに声をかけるようにしましょう。

もっとも、最終的にはその商品を使用する方のお客様の意見を重んじることになるのが普通です。そこで、お連れ様にいかに快く同意してもらうかがポイントになります。

まずお連れ様が反対する理由を訊きます。そのとき、「確かにそういうこともございますね」「よくご存じですね」などとお連れ様の立場を尊重します。

そのうえで、「でも、こちらのお品もこのように合わせると素敵だと思いませんか?」と、もう一方のお客様の意見を代弁するような形で同意を求めます。自分の意見を十分に尊重されたうえでのことなので、お連れ様も同意しやすくなるはずです。

話の長いお客様

絶対に途中でさえぎらない

世間話や自慢話など、商品の購入とは何の関係もない話を延々とするお客

様があります。「認められたい」「尊敬されたい」という気持ちが人一倍強いのがこのタイプのお客様の特徴です。その気持ちを満たしてあげるべく、「お詳しいですね」「よくご存じですね」などと相槌を打ちながら、じっくり話を聞いてあげましょう。

仮に間違っただけをおっしゃっていても否定せず、プライドを傷つけないように注意します。最後に「いろいろ勉強になりました」など優越感をくすぐってあげるのも悪くないでしょう。しかし、あまりにも話が長い場合は、仕事に差し支えますし、他のお客様の印象も良くありません。

対応としては次のようなやり方があります。「さすがですね!素晴らしいです。あら、うっかりまた商品の話からそれてしまいましたね…」と相槌を打った後に話を転換する方法がひとつ。

それでも話やまない場合はいったん距離と時間を置いてみましょう。

「お客様、お話の途中で大変申し訳ございませんが、あちらのお客様がお待ちになられておりますので、少しの間、お待ち頂けますでしょうか?」と断ったうえで、他のお客様の接客をしたりするのは、話に熱中していたお客様が冷静になった頃を見はからって戻ります。

絶対にやってはいけないのが、話をさえぎることです。間違いなく気分を害します。どんなお客様にも良い気分でお帰りいただくのが接客の最低限のレベルです。このことを忘れないようにしましょう。

「安くして」と言われたら

別のメリットを提案する

曖昧な態度は禁物です。「押せば何とかなるかも?」と、間違っただけの期待を持たせてしまい、要求がエスカレートしたり、最終的にお断りしたとき「その気にさせておいて…」と思わぬ苦情に発展してしまう恐れもあります。

安請合いも禁物です。一度値引に応じると、そのお客様に定価で販売することがその後難しくなるでしょうし、他のお客様にも示しがつきません。

「申し訳ございません。当店では値引は致しかねます」と謝罪の言葉を織り交ぜながら、丁寧に断ります。断るだけではマイナスの印象だけがお客様に残ってしまうので、値引以外のサービスや特典(ポイントカード、会員割引、安売りセールなど)を紹介するとよいでしょう。

なお、冗談で値引してくれと言っているお客様に、丁寧ではあっても堅苦しい断り方をすると、かえって気分を損ねるおそれがあります。そういうお客様には、ユーモア交じりで明るくお断りするとよいでしょう。

お客様から誘われたら

「会社の規則」を利用して断る

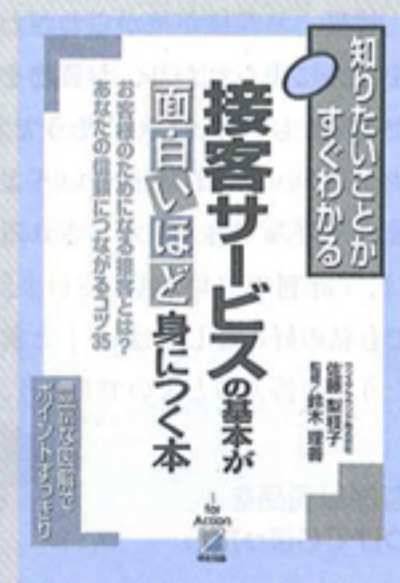
お客様と親しくなると、連絡先を訊かれたり、食事に誘われたりすることがあります。携帯電話やメールアドレスなどの連絡先を訊かれた場合は、「申し訳ございません。会社の規則で個人の連絡先はお教え出来ないことになっているんです。恐れ入りますがこちら

にご連絡頂けますでしょうか?」と、お店の連絡先が記載してある名刺等を渡すようにします。実際にはそんなものはないとしても、会社の規則と言えほとんどのお客様が納得されるはずで、それでもしつこく訊いてくるようなら、他のスタッフや上司に間に入ってもらうようにしましょう。

食事に誘われた場合も基本的には断ります。誘ってくださったことに感謝の意を表したうえで、会社の規則でお受け出来ない旨をお話します。

ただし、先方が長年のお得意様だったり、あるいは今後重要なお得意様になると考えられる場合は、上司に相談して判断を仰ぐとよいでしょう。お誘いを受ける場合は、あくまでお店の人間というオフィシャルな立場でご一緒し、できるだけ上司にも同席してもらうようにします。

もっと読みたい人のための本



佐藤梨枝子著(共著)

「接客サービスの基本が面白いほど身につく本」

中経出版◎定価: 1155円(税込)