

電話や対面対応でのお客様の「不満足」をゼロに近づけ「満足度」を高める

実践！クレーム対応100%克服研修（電話対応編）

1. 研修のねらい

- (1) 求められる「クレーム対応術」を確立するために、各部門間を超え、企業責任として、大競争時代におけるクレームの考えをはじめ、クレームの要因分析及びクレームを顕在化する顧客心理の理解等、統一した見解でクレーム対応に臨み、お客様第一主義の意識醸成をはかり、あらゆる状況に対応できる企業体質が形成できるようご指導いたします。
- (2) 各職場ぐるみでクレームに強くなる仕組み作り（具体的な業務フロー）や社員指導のあり方を検討します。しかも、クレームは貴重なお客様の声として、業務に反映すべく、前向きな取り組み課題として取り組むことができるようご指導いたします。

2. 研修の進め方

1日目は全員共通で「クレーム対応」に関する**知識の共有**。2日目は職場ごとのグループ形式。

- (1) 1日目は、クレームの捉え方や考え方の共有、それを踏まえた対応のポイント習得、そしてクレームに対する自身の役割認識を醸成することを目的として、特に職場を問わず参加いただく。
- (2) 2日目は、職場ごとに分かれグループ形式で参加いただく。原則として1日目を受講された方の参加とし、クレームの概念等の講義は、周知の事として極力省き、すぐに実践に移る。単なる「べき論」に終わらせず、職場事例やお客様の声を抜粋して「こんなときはどうする」といった臨場感のある研修とし、明日から直ぐに実践に活かせる「業務フロー」を作成する。

3. 研修プログラム

時間	1日目	2日目
9:00	<p>1. オリエンテーション 研修の概要説明とねらい</p> <p>2. 通常業務における不満やクレームについて(対話形式) (1) クレームの危機管理からCS経営を考える リスクマネジメント(RM)と顧客満足(CS)は表裏一体 企業に求められるCSの考え方 勝ち組企業に学ぶCS経営 (2) 顧客満足競争時代におけるクレームの考え方 なぜ今クレームが注目されているのか クレームと苦情は似て非なるもの クレームは貴重な情報源</p>	<p>6. 職場における具体事例の提示 (事例研究)</p> <p>(1) いつ、どのようなお客様が、どんな問題をどうして欲しいと要求し、どう解決しているか、現場の具体事例を洗い出し、情報共有する。</p> <p>(2) 挙げられた事例の分析・分類をする。</p> <p>(3) (2)で挙げられた事例に対する、社員の問題行動や改善行動を検討する。</p>
12:00	昼 食	昼 食
13:00	<p>3. クレームの要因分析 クレームを顕在化する顧客心理とは 顕在化クレームと潜在化クレームの違い クレームの見極め方</p> <p>4. 実践1！クレーム対応の初期対応 これだけは押さえない「クレーム対応スクリプト」 クレーム対応のタブー3原則</p> <p>5. 実践2！クレーム応酬話法 相手を納得させる会話展開術 怒りの電話も「笑顔」に変えるマジックトーク 語彙力と心に関与する表現法</p>	<p>7. 職場ごとの課題を検討する</p> <p>(1) クレーム対応における社員指導の実際 (ロープレ) 「こんな時どうする」というテーマで、自身のクレーム対応力強化は勿論の事、支援のための率先垂範と、OJTの具体的方法をシュミレーションで実践習得する。</p> <p>(2) クレームを活かす体制の検討 (ディスカッション 業務フロー作成) 再発防止の為の情報共有をどうすればよいか、又、未然に防ぐ仕組みやツール作りなど、クレームへの体質強化の具体策を検討する。</p>
17:00		

備考:状況によっては、内容・進め方を変更する場合があります。