

主催：滋賀県商店街振興組合連合会

クレマーをリピーターに！

『クレーム対応術 強化セミナー』

2022.11.24

クレームは、なぜなくならないのか？

それは、その改善になにも取り組んでいないから・・・。

動画視聴の皆さん、このテキストの の箇所に、動画を観ながら文字を書き入れて、記憶に定着させていきましょう。

重要なのは、動画を観たあとに『**実行に移す**』ことです。

また、『**目からウロコのクレーム対応の弱点診断**』を（無料）でおこなえますので、この動画の最後のURLをクリックしてみてください。
これを機に、自社のクレーム対応レベルが向上し、組織風土が良くなるように取り組んでみましょう。



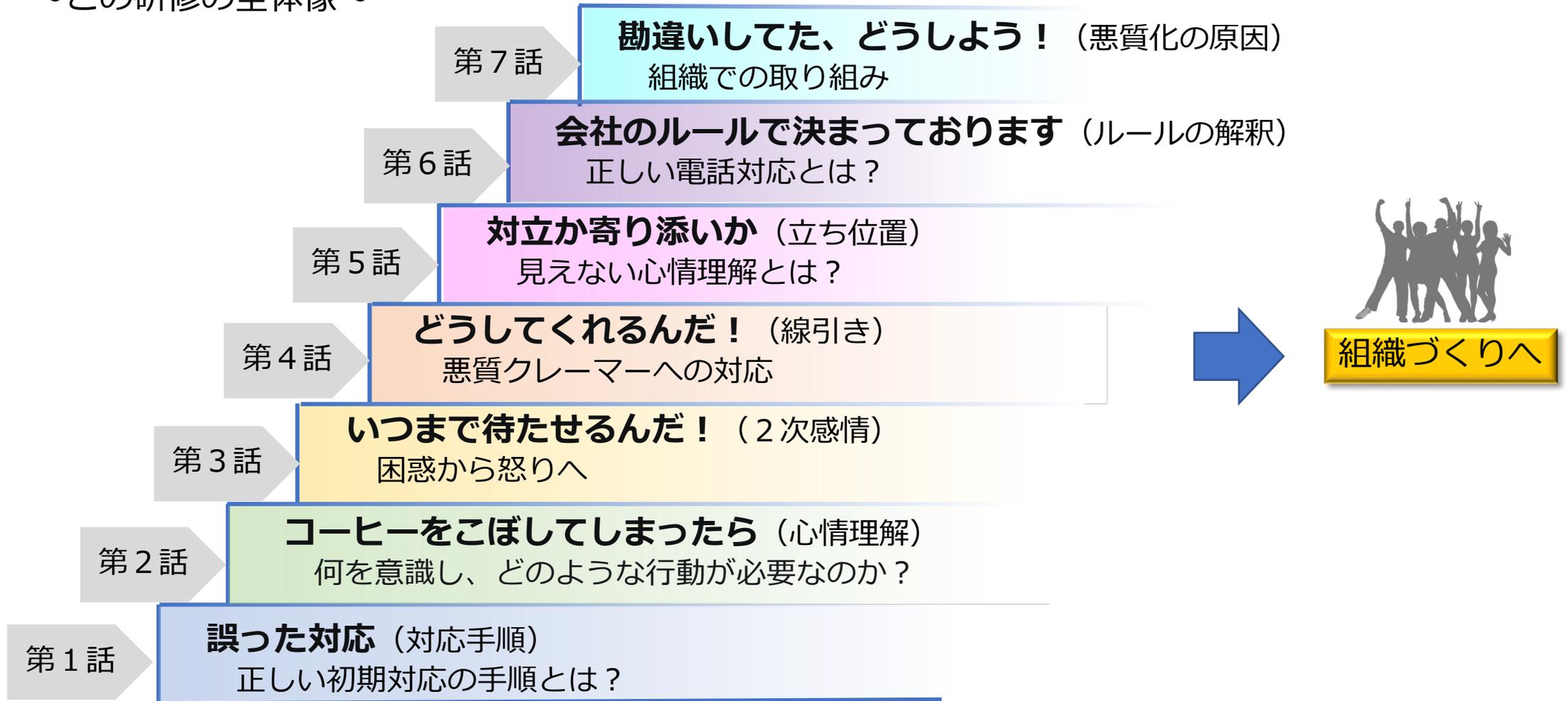
◎本日の研修目的



クレーマーの **心理的な面** からのアプローチを学び、
その根本原因がどこにあるのかを理解すると同時に初期対応を習得し、
クレームが発生しないようスキル習得をすることを目的とします。

◎クレーム対応への「7つのステップ」

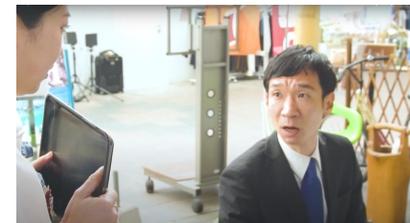
～この研修の全体像～



◎動画を観るにあたって

この研修では、
表面的なクレーム対応のテクニックをお伝えすることではなく、
心理面からの本質的な解決へする方法をお伝えしていきます。

- ✓ 知識を得るのではなく、**考え方を得る**。
- ✓ 動画のシーンを自分の店舗に**置き換える**。
- ✓ 何ごととも**自分ゴト**として捉える。
- ✓ 思い込みを捨て、**心理面からの**対応を掘り下げる。



◎プロフィール

金田 知博 (かなだ ともひろ)

戦略×組織開発コンサルタント
クレーマー対応コンサルタント 1957年福岡生まれ



クレームの初期対応から悪質クレーマーまでを、カウンセリングの対応スキルで解決するクレーマー対応の専門家。

大学卒業後、大手建設会社に入社しクレーム産業と言われる住宅業界で設計・施工から営業に従事。さらに人事・総務・法務から経営までに携わる。

退社後、今までの30年間の豊富な企業の問題解決の経験を生かし、社会問題化してきたカスタマーハラスメントや異常クレーマーから、世の中の企業と社員を守ることを志し独立する。1,000件以上の対応実績力にカウンセリングのスキルを加え、独自の「7つのクレーム対応メソッド」を考案し、分かり易くて効果のあると好評を得る。

一方、クレーマーが生まれる社会的背景にも関心を寄せ、物販やサービス業をはじめ、医療機関や自治体・学校等の公的機関などの対応、さらにキャリアコンサルタントとしての一面も持ち、従業員のメンタル面まで考慮した組織づくりも得意としている。

『人が嫌がるリスク対応にこそ、人を成長させる。』との持論を持ち、クレームやリスクから社員と会社を守ることを信条としている。

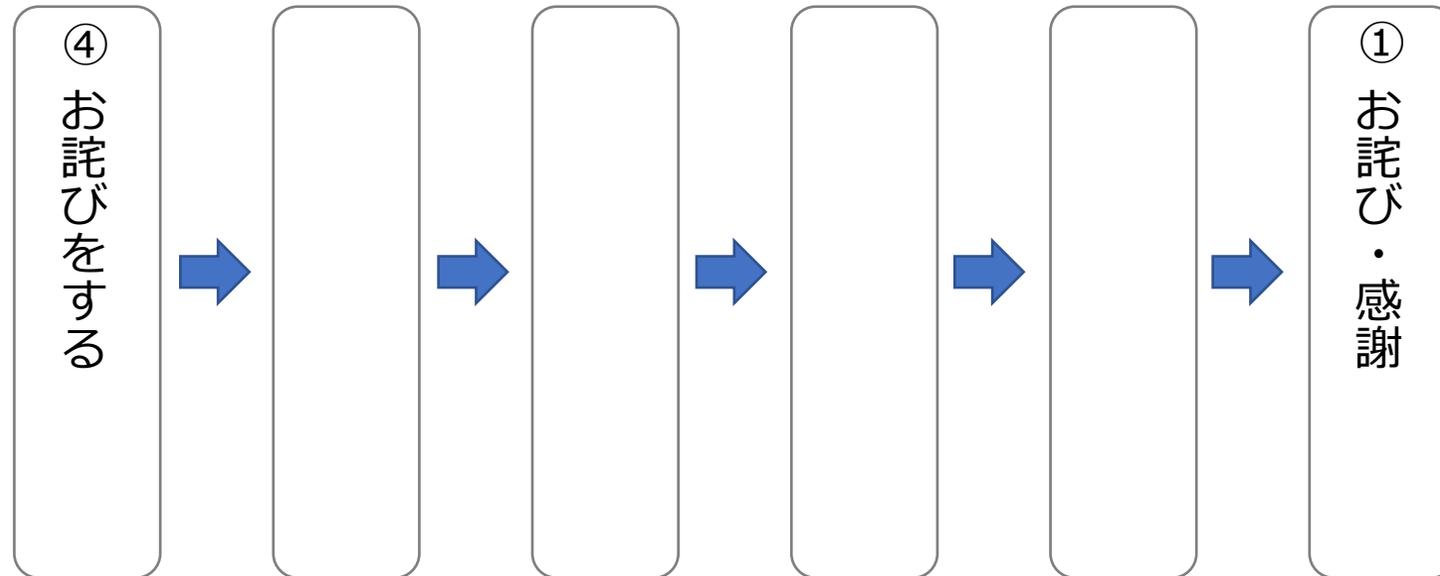
◎クレーマー対応の3つのポイント

一つ目は、「クレーム対応を で対応すること」

二つ目は、「クレーマーの すること」

三つ目は、「クレーマーを にしていくこと」

◎解決を急ぐあまりに間違える『解決への手順のポイント』

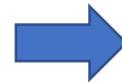


- ① お詫び・感謝
- ② 解決策の提示
- ③ 心情理解
- ④ お詫び
- ⑤ 傾聴
- ⑥ 事実・要望確認

※傾聴・・・しっかり話を聞く（目・耳・心で）

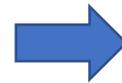
◎クレームの3つのケースを区別

① 店側に非があるケース



謝罪し、早急に対応する。

② どちらに非があるかわからないケース



お詫びの言葉を言い、
言い分を聞いて対応策を考える。

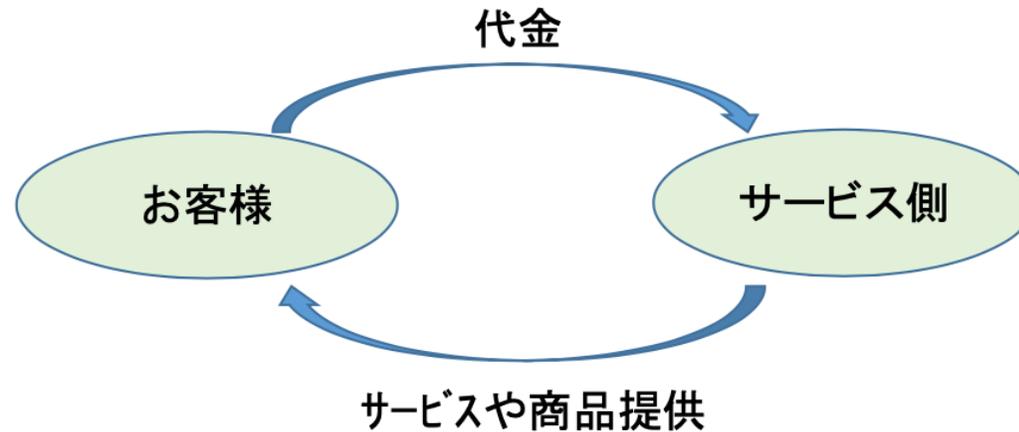
③ 店側に非がないケース



お詫びの言葉は言うが、
何を要求しているかを判断し
対応していく。

◎クレーマー対応の本質

クレーマー対応は、である。



◆POINT

何かを感じた、困惑した

← その時の気持ちに着目すること

◎心情理解とは？

クレーマーの「5つの心情」を理解すると、クレームの解決策が見えてくる。

5つの心情パターン

- ① 「困っている」「不快だった」 ・ ・ ・ 謝罪や問題解決を求める心情
- ② 「損をしたくない」「不当な扱いが許せない」 ・ ・ ・ 不平等さへの不快感
- ③ 「サービス・会社・社会などを良くしたい」 ・ ・ ・ 正義感に基づくもの
- ④ 「機嫌が悪い」「ムシャクシャする」 ・ ・ ・ ごく個人的な事情に基づくもの
- ⑤ 「悪意をもっている」 ・ ・ ・ 嫌がらせ、悪ふざけ、脅迫など

◎困惑の感情とは？



一声かけることで、
「困惑」が「安心」に

具体的な情報を伝える

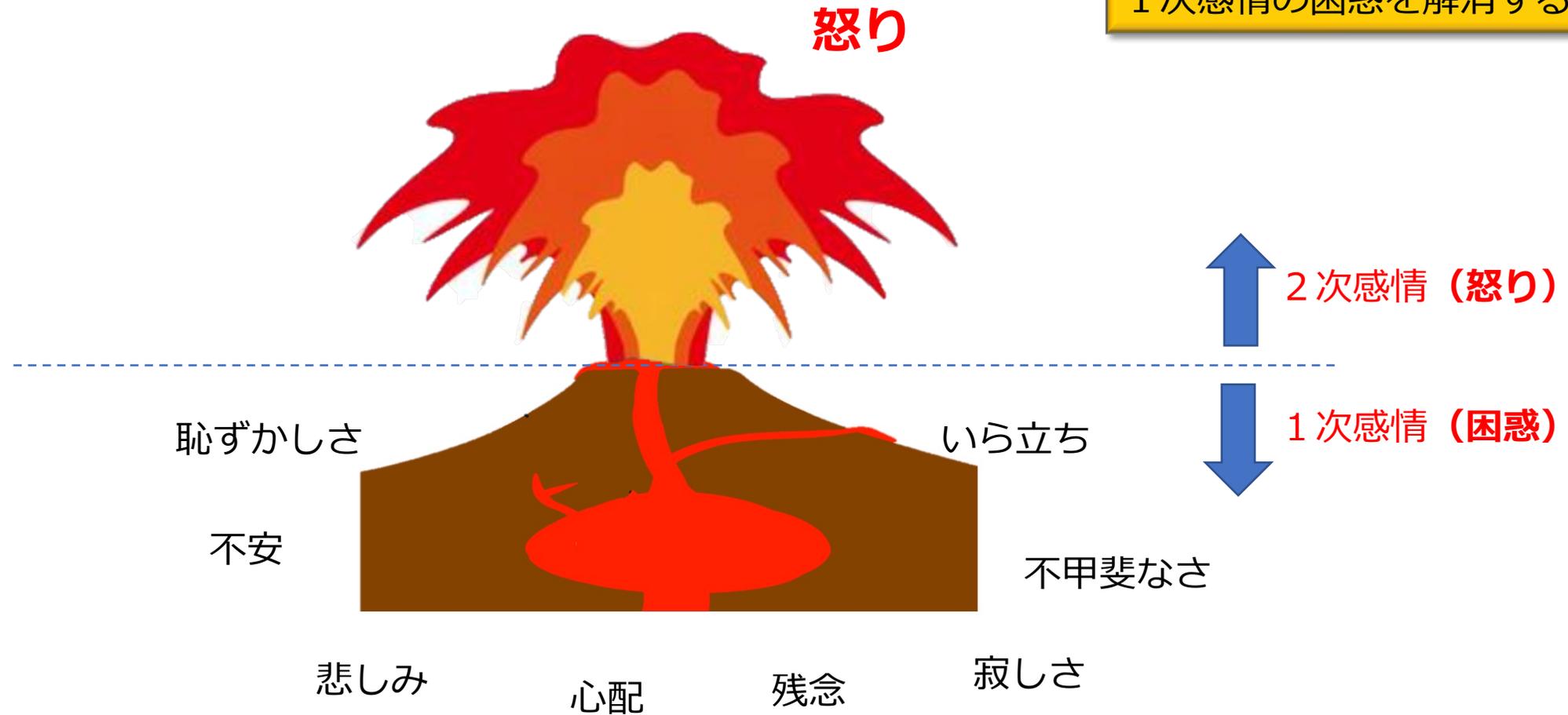
「〇〇番目に
ご案内します」

「〇〇分ほど
お待ちしております」

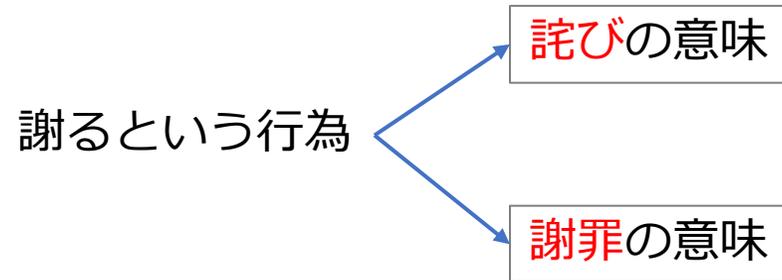


◎怒りへの1次感情と2次感情を知る

2次感情の怒りを抑える前に、
1次感情の困惑を解消すること



◎ 「お詫び」と「謝罪」はちがう



「お詫び」と「謝罪」の区別をしましょう。

◎ 「お詫び」・・・

◎ 「謝罪」・・・

◎お詫びと謝罪のちがい

お詫び

・・・不満や不快について言及

「

申し訳ございません。」

謝罪

・・・非があったと認める

「

申し訳ございません。」

部分謝罪

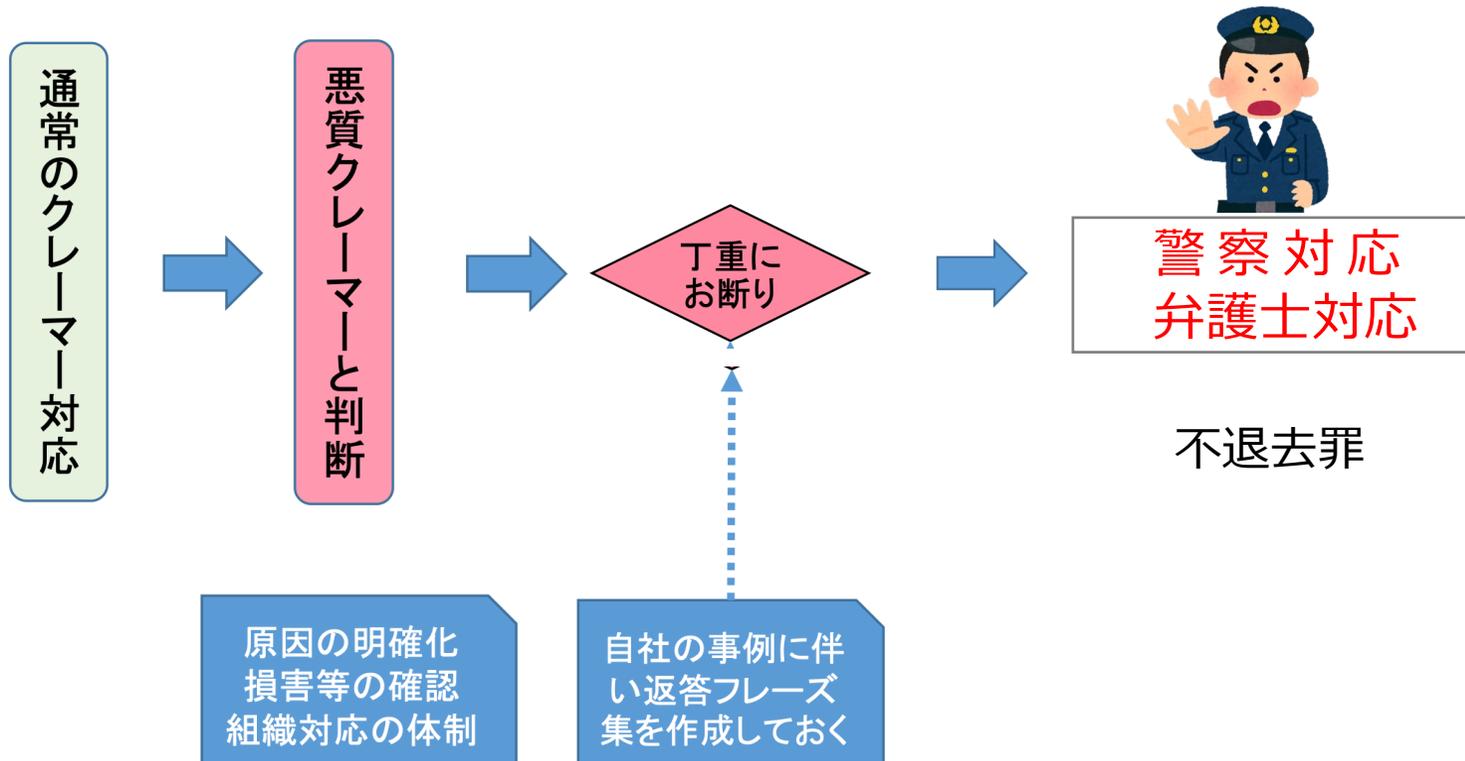
・・・身近な事例で考えてみましょう。

◎悪質クレームの思うツボにならないようには？



- 大声で主張を通そうとする
- 悪意を持って大声を出す
- 理不尽な要求をしてくる

- 商品より高額な賠償要求
- 嘘を言って不正な返品・返金の要求
- 精神的なダメージの慰謝料請求
- 従業員の解雇等の請求
- 特別待遇の要求
- 不可能な業務改善や是正措置の要求
- 謝罪文・詫状の要求
- 土下座の要求



◎悪質クレマーの対応

謝罪を繰り返すだけ → 店舗側が全面的に悪くなる

悪質クレマーの思うツボ

謝罪とお詫びの区別をする



解決策の提示



必要以上の要求には、線引きをする

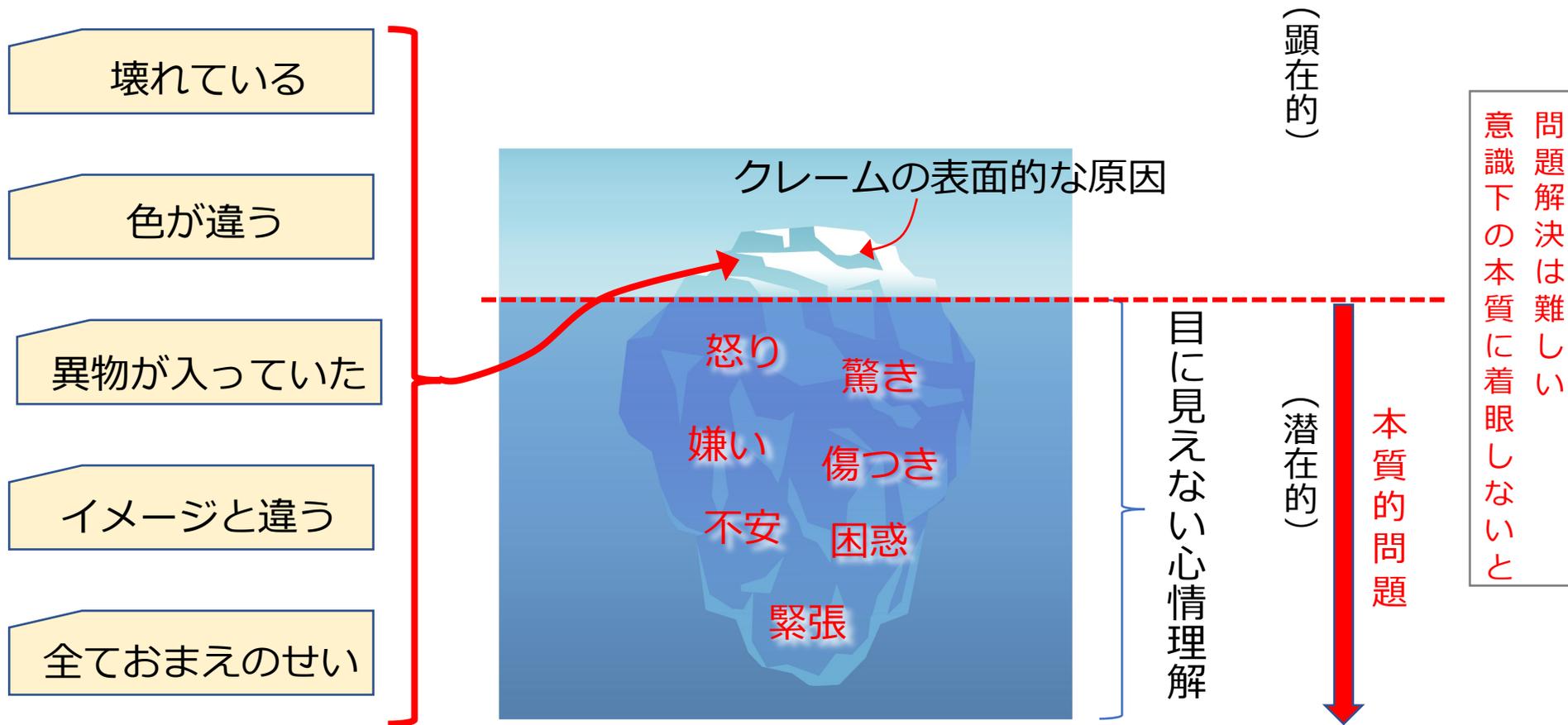
「申し訳ありません」ではなく

ご希望に



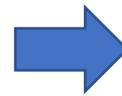
◎見えない「心情の理解」

クレームの、何に着眼していますか？



◎ 「対立」か「寄り添い」か？

【対立】



【寄り添い】



【対立】でよいのは、⑤「悪意をもっている」 クレーマーのみ

◎対話力を身につける

傾聴力チェック

- ついつい自分の話をしすぎてしまう。
- 相手の話を理解できない時がある。
- 沈黙に耐えられず、つい先に言ってしまう時がある。
- 相手の意見を否定してしまう時がある。
- 相手を説得しようとしてしまう時がある
- あまり相手の目を見て話さない。
- 表情豊かで話しやすい雰囲気があるほうではない。
- あいづちやジェスチャーはあまりしない。
- わからない時は、多分こうだろうと自分で判断する方が多い。
- 人に指摘されると嫌な気になる。

◎ルールを解釈することとは？



会社のルール



押し付け = 対立



会社のルール



解釈



「そこまでかんがえてくれたのだから・・・」



◎電話対応の落とし穴

基本は傾聴！ そのために相手が目の前にいることをイメージして対応します。

1. 苦情のクレーム
2. 電話の対応が悪くてクレームに
3. 対応者を変える
4. ハードクレームに変化

◆ポイント

優しい口調の保護者にも に！



ペーシング

トーン
抑揚

メモ
録音



◎その多くが気づいていないこと！



実は多くのクレーマーは、
自分が とは気づいていない！

世の中の変化が激しくなることで、人のストレスが蓄積し、クレームに！

◎クレームに存在する大きな経営損失

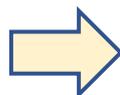
(外的要因)

SNSによるネットへの書き込み
 メディアによる過度の情報
 権利意識の高まり
 企業の不祥事等による不信感
 コロナ禍でのストレス
 高齢者の疎外感

(内的要因)

忙しくて手が回らない
 収益構造の悪化
 慢性的な人材不足
 次世代リーダーが育たない
 労働環境の激変
 人間関係の希薄化

会社



(顧客)

- ・納得がいかない
- ・普通の顧客がキレル
- ・顧客の思い込み
- ・意図的・悪質化



クレーマーの増大化



顧客の離反・従業員の疲弊や退社の悪循環



◎法律での義務化

令和4年4月1日より

労働施策総合推進法に基づく
「パワーハラスメント防止措置」が中小企業の事業主にも義務化

顧客等による著しい迷惑行為から、雇用する労働者の就業環境が害されることがないように以下の取り組みを行うこと

【具体的な取り組みの例】

- ・相談体制の整備
- ・被害者への配慮のための取り組み
→メンタル不調への相談対応
1人での対応をさせない等
- ・被害防止のための取り組み
→マニュアル作成や研修の実施など

【著しい迷惑行為の例】

暴行・脅迫 ひどい暴言 不当な要求



国も、暴力や悪質なクレームなどの著しい迷惑行為については

雇用主が相談に応じる体制・メンタル不調への相談対応
マニュアル作成や研修などが

令和 年 月 日より中小企業にも義務化！

◎悪質クレーマーが与える企業への悪影響

【従業員への影響】
業務効率の低下
メンタルの不調
対応への恐怖
苦痛による求職・退職



【企業への影響】
企業・ブランドイメージ低下
業務上の支障
金銭的損失
人材確保 時間の浪費

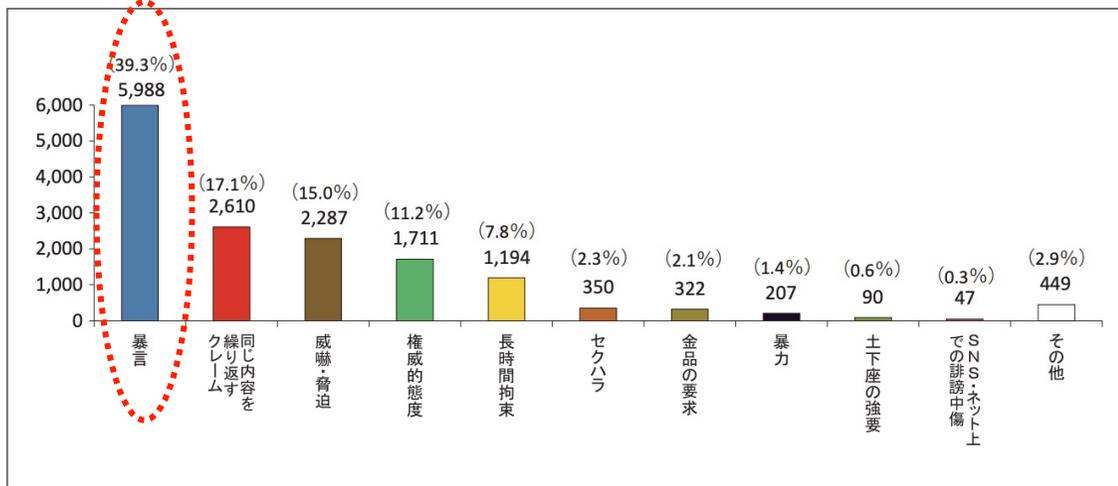


【他の顧客への影響】
業務遅滞による対応の遅れ
利用環境の悪化
雰囲気悪化

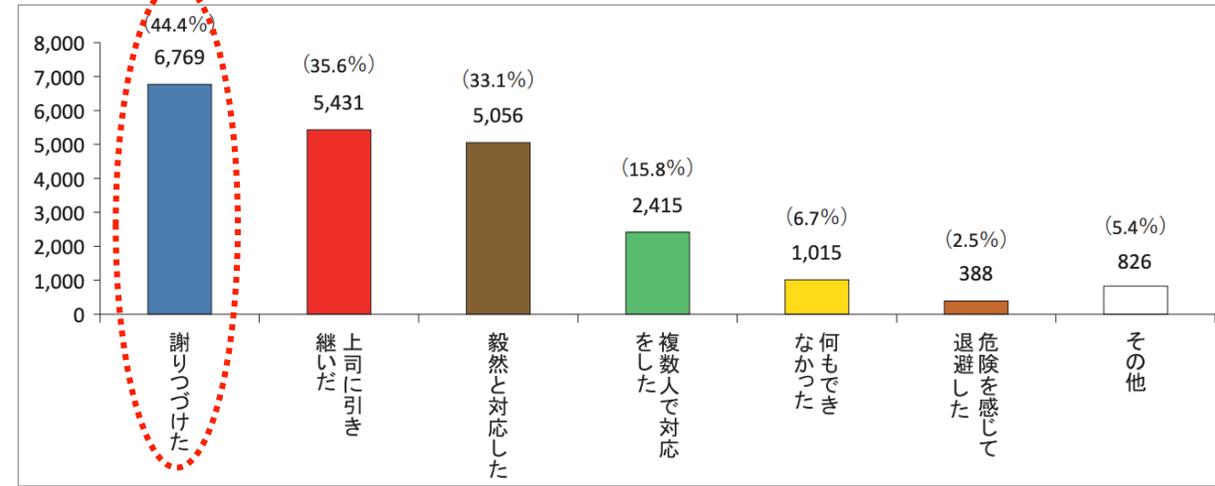


悪質クレーマーにより をやられ
従業員が辞めていく事例が多くなった！

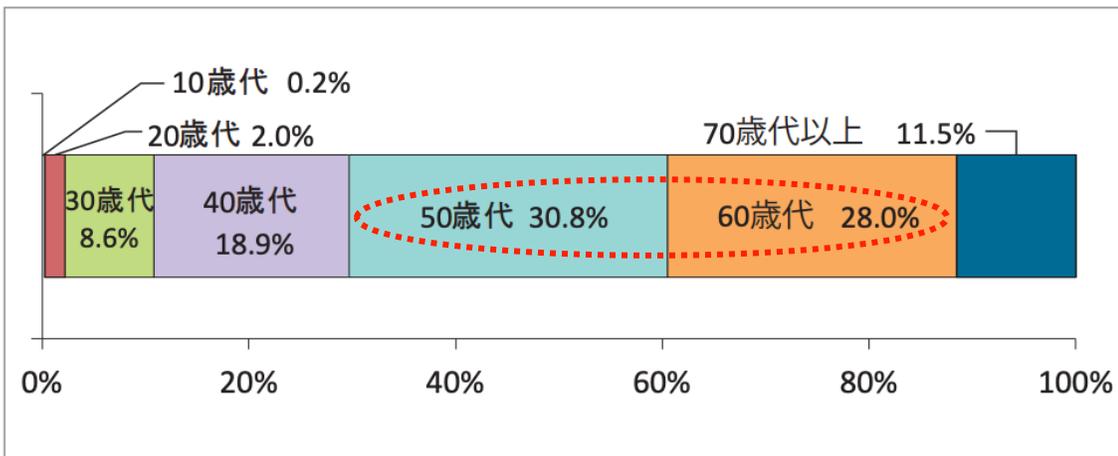
● 最も印象に残っている顧客からの迷惑行為であてはまるものは？



● あなたは、迷惑行為にあった時、どのような対応をしましたか？



● 迷惑行為をしていた顧客の推定年齢は？



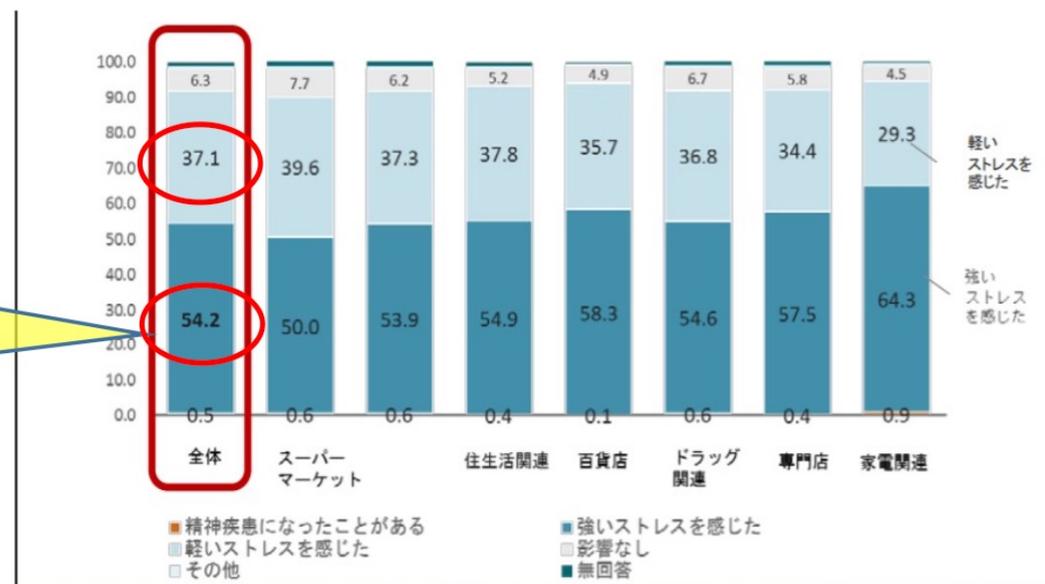
中小企業の は、
従業員が迷惑行為を受けているにも関わらず、
クレーマーへの対応ができていない！

出典：U Aゼンセン調査 2020年10月

◎従業員へのメンタルへの大きな影響

Q.2 迷惑行為を経験された方は、迷惑行為から受けたご自身への影響を教えてください。

強いストレス: **54%**
 弱いストレス: **37%**
 計 **91%**



精神疾患 人に1人

※出典:UAゼンセン 調査:2017年6月
 回答数:流通業界168組合 49,876件

◎問題解決の方法

クレーム対応時に、問題解決ができる唯一の方法とは？

クレームから こと！



◎組織でクレーム事例を学習し、定着させるプロセス

全ての項目の文章化・マニュアル化することで、『クレームがリピーターに!』

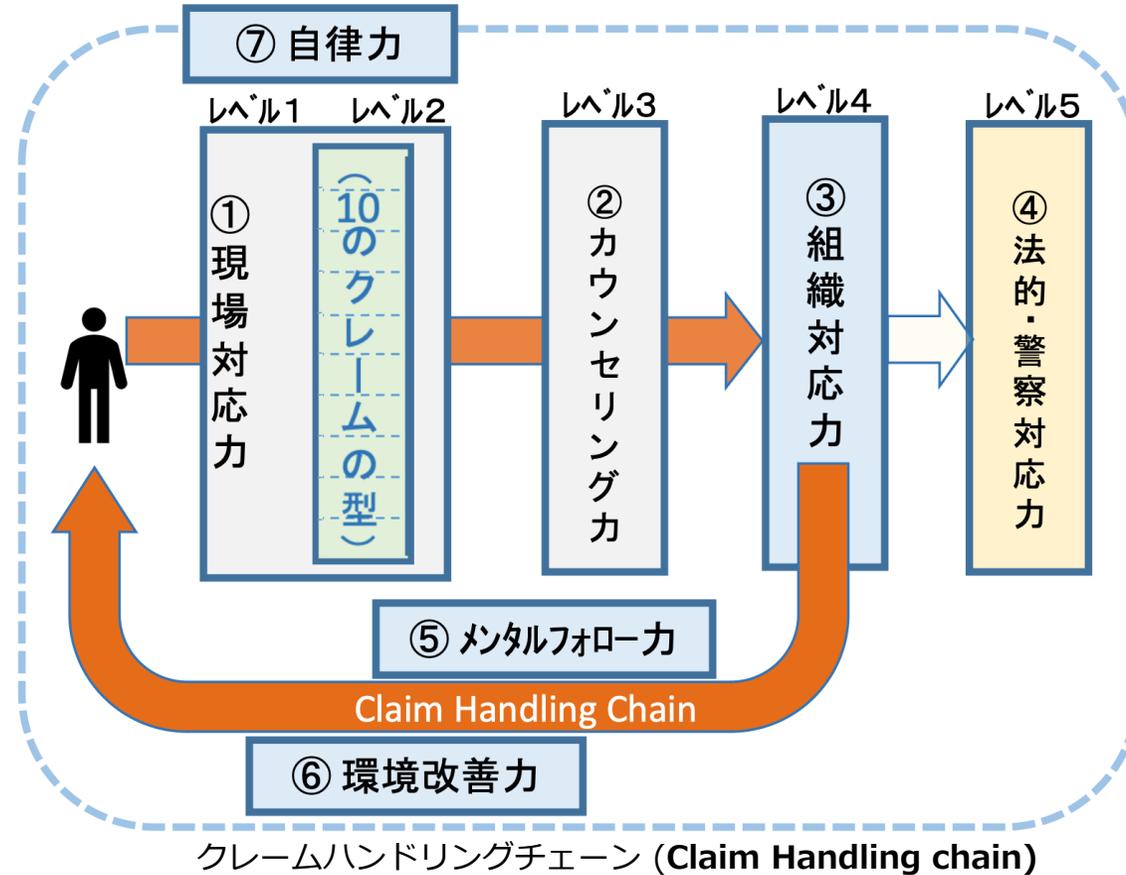
クレーム対応力UPのメリット

従業員の関係性向上

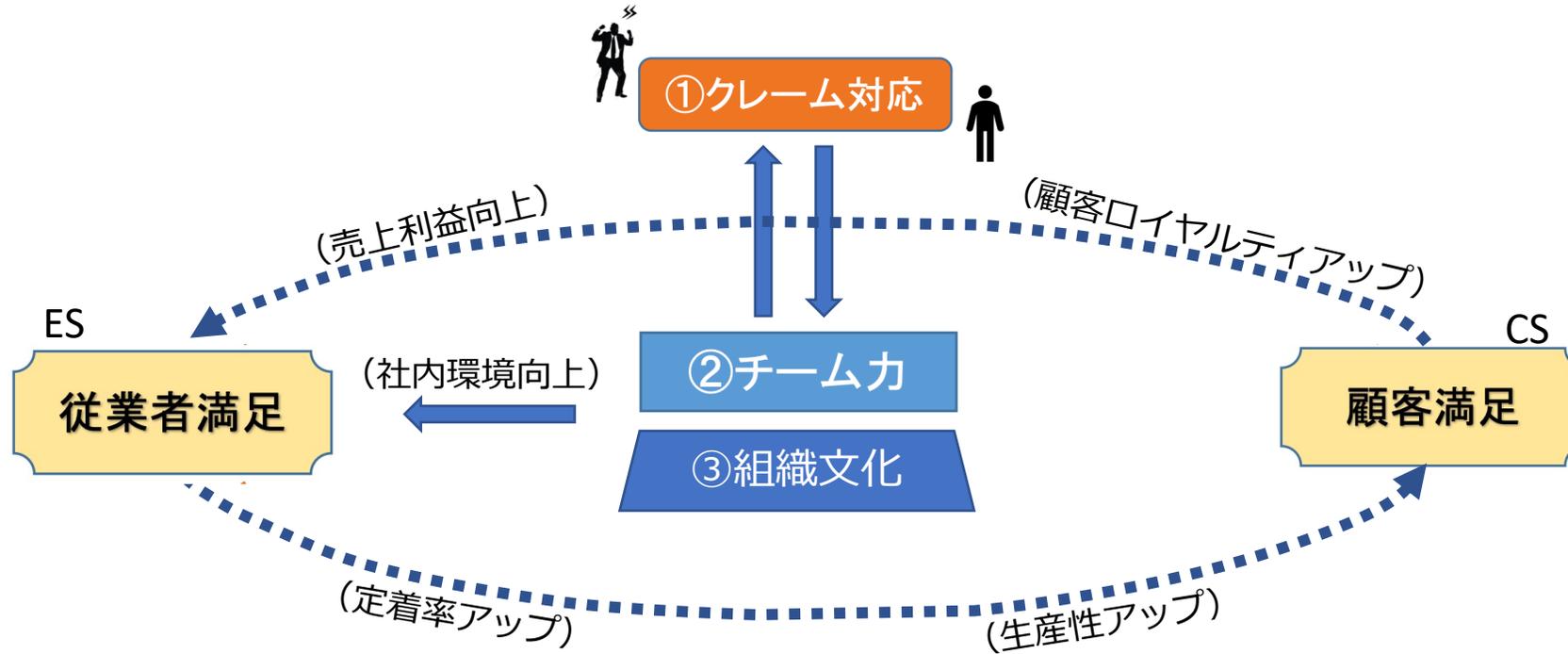
仕事の質の向上

組織風土の変化

業績アップ

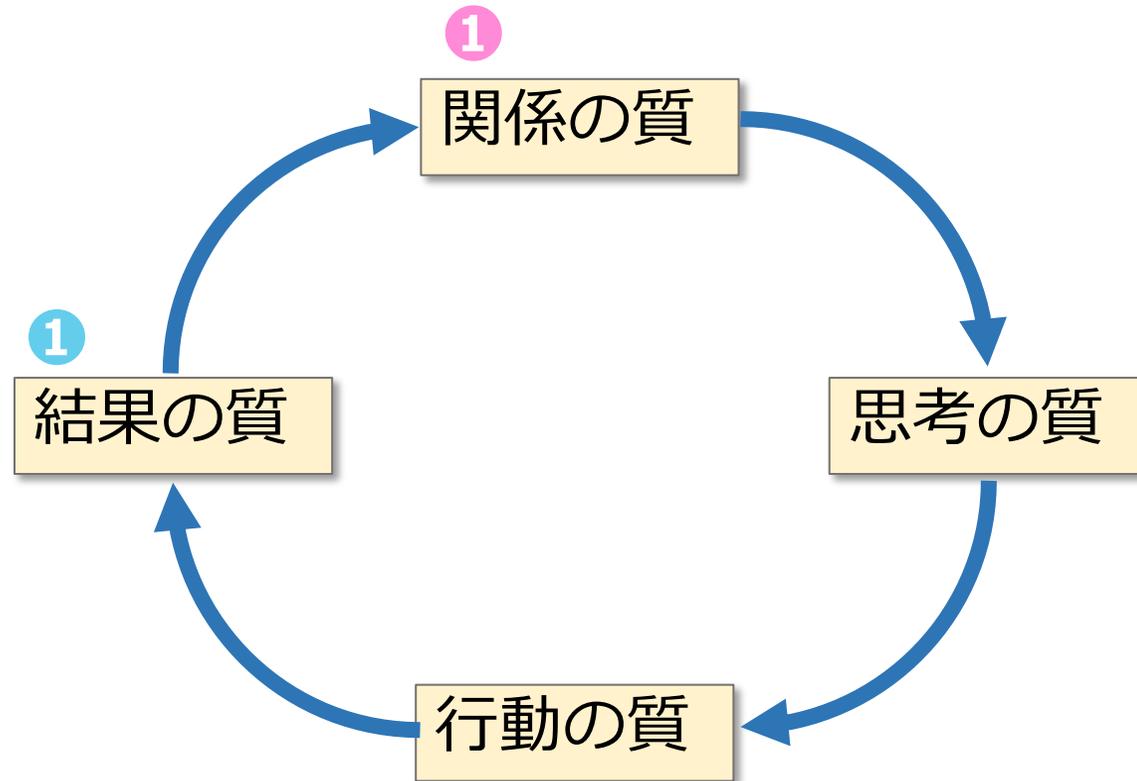


◎クレーム対応を軸とした組織力アップ



チームで取り組むことにより、従業員のチーム力が向上することで、
組織文化が変わり、 が向上し につながる！

◎成功循環モデル



※ ダニエル・キム

バッドサイクル

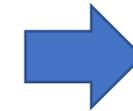
- ① 結果の質：成果が上がらない
- ② 関係の質：対立、押し付け
- ③ 思考の質：受け身、失敗回避
- ④ 行動の質：自分最適、消極的
- ⑤ 結果の質：さらに結果がでない

グッドサイクル

- ① 関係の質：対話、お互いに尊重
- ② 思考の質：気づき、良いアイデア
- ③ 行動の質：新たな挑戦、助け合い
- ④ 結果の質：成果の実感
- ⑤ 関係の質：信頼関係の高まり

◎こんな組織に有効

- ときどきクレームがあるが、従業員任せになっている。
- 年配者と若手の考え方にギャップがある。
- なんとなく従業員に元気がない。
- 有能な社員が辞めている。
- 組織のなかでの人間関係や風通しがいまひとつ良くない。
- 次世代リーダーが育っていない。
- 頑張っているが、売上・利益が減少してきた。



企業成長につなげていく
クレーマーの組織対応により

◎質疑応答

- ◆ 物価高騰の折であり、値上げに対するクレーム対応術の紹介
- ◆ 商店街組織として備えるべきイベントや傘下事業者に関するクレーム対応術の紹介
- ◆ クレームを未然に防止する組織づくりについて
- ◆ 質疑応答

「目からウロコのクレーム対応の弱点診断」（無料）は下記URLより受診可能です！

<https://forms.gle/2BFnJTcSKPcWSN8P8>

『クレーム対応術 強化セミナー』お疲れ様でした。

VUCAの時代と言われる予測困難な時代だからこそ私たちは経営のマイナスになる「機会損失」を極力減らしていかなければなりません。

そのためには、組織のチーム力が非常に重要になってきます。

そして、外圧に対して組織力を高めていくこの「クレーム対応」にみんなで取り組んでいくことが、大きな組織力向上になっていきます。

さあ、「クレームという宝」をゴミ箱に捨てないで、みなさんで「クレーマーをリピーターに！」そして、将来に向けて企業成長につなげていきましょう。



リスクラボ
✉ risklab001@gmail.com

福岡市中央区大名2-6-11
Fukuoka Growth Next
RISK Lab

(リスクラボの許可なしに本資料の複製・配布を禁止します。)