

昭和38年5月17日 第三種郵便物認可
平成24年2月1日発行(毎月1回1日発行)
第50巻 第2号 通巻609号

チェーンストアのための経営専門誌

販売革新

Revolution in Retailing

February
2012

2

特大号

核売場は こうつくる!!

タチヤの「青果」/イズミの「惣菜」/コメリの「農業」/神戸物産の「惣菜・加工食品」

アウトレットモール

「飽和」と「成長」の分岐点

現代版

「ご用聞きビジネス」の可能性

現場の教え方 教えます

OUTLET

特別付録 Retail IT Innovation

新連載スタート!

✓ HCの電話対応

問題点の把握と 今すぐできる5つの改善

電話対応は、お客の注文や直接の来店を左右します。目的購買の多いホームセンター(HC)の電話対応の現状を分析し、その改善策を提案します。

今回は以前から欲しいと思っていた矢崎化工のポリバケツ「サンアローペール70ℓ」の購入を目的に、電話で問い合わせをしてみました。頑丈で高さがあるので、わが家はこれをごみの分別に使っており、必要に応じて必ず同じものを買っています。

同一商品がない場合も 代替案の提案がない

結果は、在庫がない場合、黙っていても取り寄せを提案してくれた店は、22店舗中わずか2店。「では、きちんと頼めば?」と思い直し、新たに4店に問い合わせしてみたところ1店が可能、3店が「取引がなく不可」とのことでした。全体にどこか事務的で、「扱っていません」と伝えればそれで完了、という雰囲気もありました。

多数のHCに電話をして感じたことは、積極的にお客に提案する姿勢があまり感じられないこと、一本の電話を売上げにつなげる熱意が感じられないことです。また、同じ企業でも店によって回答が異なり、さらに同じ店舗でも対応に個人差があるなど、統一感のなさも感じました。組織全体というよ

りも個人の資質に依存している傾向が強いかもしれません。

以下、代表的な対応を見ていきます。

【ケイヨーデイツー白石店】

3回目の対応が見事でした。他の通話中に折り返しの連絡をいただき「在庫なし」のメッセージが録音されていましたが、しばらくしてわざわざ「取り寄せ可能」の連絡をいただきました。「店が遠いので検討したい」と告げると、近くの店まで商品移動が可能、ただ注文は来店が必要であるなど、トークの順番と手際が良いです。

少し迷っていると(電話したのが日曜のため)週明けにメーカーに確認してまた連絡してくれるとのこと。問い合わせを始めて何店も冷たい対応が続いたので、さまざまな配慮に感激しました。私はここで注文しようと思いました。

【カインズホーム亘理店】

テキパキして好印象の男性から売場担当者へ取り次ぎ。「現在当店では(自社)オリジナル商品を扱っている」という説明は十分です。でも、こちらが無言になったときに、簡単なおわびでさっさと担当者のほうから電話を切ってしまったのは多忙時

ワッツ・ビジョン 代表 笹崎久美子

でもNG。相手との関わりをもう少し大事に。

【コメリパワー角田店】

電話に出たのが売場担当者だったのか、全店の中で唯一保留や折り返しのない即答がスピーディでした。半面、「メーカー名が違いますね」と言われてげげんな思い。この店で扱っている商品のメーカーがヤマザキとのことで、(ヤマザキは)勘違いしていると誤解されたもよう。自身の考えを述べる前にまずお客の話を聞く姿勢があれば、と思います。

【ホームマック泉店】

「矢崎ではないが70ℓの商品ならありますよ」と代替案を提示してくれた数少ない店舗の一つ。私が単に大きなポリバケツを探しているのなら、この店に行ったかもしれません。取り寄せの確認は、即座に承話。お客(私)が商品のどこにこだわっているかをキャッチできれば、もっとヒットする代替案になったかもしれません。

【ホームマックX店】

泉店では取り寄せ可能だったのに、「不可」と言われて疑問が残りました。「取引がなく、仕入れるルー

電話対応の事例

	ケイヨーデイツー 白石店	カインズホーム 亙理店	コメリパワー 角田店	ホームック 泉店	ホームック X店
日時	1月8日午前	1月8日午後	1月8日午後	1月6日午後	1月6日午後
名乗り	ありがとうございます。 ケイヨーデイツー白石 店でございます。	毎度ありがとうございます。 カインズホーム 亙理店〇〇(人名)で ございます。	お待たせしました。※ コメリパワー角田店〇〇 (人名)と言います。	ありがとうございます。 ホームック泉店です。	ありがとうございます。 ホームックX店です。
話し方・態度	○	◎	△	○	○
問い合わせの フロー	確認して折り返し後、 再度入電	担当者に取り次ぎ	対応者が即答	保留回答後、取り 寄せに関して折り返し	確認して折り返し
対応完了者	本人	売場担当	—	本人	本人
在庫	なし	なし	なし	なし	なし
取り寄せの可否	自発的に折り返し、 「可能」の返事あり	言及なし	言及なし	尋ねたら確認を承諾、 折り返し「可能」	尋ねるも不可
情報・説明	◎	△	×	○	×
良かった点	在庫なしの連絡の後、 取り寄せ可能の連絡あり	声、返事、相づちなど がテキパキして好印象	対応者がその場ですぐ 自己回答できている点	代替案の提案あり	態度や対応自体は誠実 で印象が良い
気になる店	口調が早く、やや聞き 取りにくい	売場担当者が、簡単な おわびの言葉でさっさと切電	「メーカー名が違う」と いきなり言われる	多少形式的、もう一步 踏み込んだヒアリング が欲しい	「できないと思う」、と いう表現は自己判断か

※9コールの後だったので。なぜか、正午になった途端に電話がつかまらないHCが多かった。

トがない」「できないんじゃないかと思う」とのこと。メーカーに確認してくれる店がある以上、担当者の認識不足や意欲欠如では?とったり、会社方針や個人差が気になりました。

十分な電話対応ができる 員数がいるか

電話対応は、スキルだけでなく意識の面でも個人差が大きく、教え方に苦慮されていると思います。ですが、働きかけと方法次第で、どんなスタッフでも必ず伸びます。以下はその基盤づくりの5つのポイントです。

①電話対応に注目していることを行動で表す

頭ごなしに怒鳴る必要はなく、逆効果。ただ、良い対応をしたときには「今のいいね」、ぞんざいな対応をしたときには「今の失礼じゃない?」と、「その場で」「小さく告げる」だけでも意識

が変わります。コツは褒めるほうを多くすること。

②自信がなければ、客観的な不備を指摘する

細かく指導する自信がない場合、受話器の置き方、長く待たせてしまった際の「お待たせいたしました」、ご要望に沿えないときの「申し訳ありません」など、第三者にも客観的、明確なところから改善する。

③「誰のため」を明確にする

「感じが良い」など感覚的な事柄は、なかなか注意しづらいもの。でも、「お客様さまにとって、不親切に感じる」など、教える自分ではなく、「お客様さまが不快」という言い方をしてみましょう。NOと言えない大義名分です。

④明るく元気に名乗ってもらう

お客様が「店から歓迎されている」と感じるかは、第一声で決まります。ここは強調しましょう。電話でも笑顔で発声すれば、自然に声も明るくなりま

す。録音やビデオなどスタッフ同士の勉強会も有効です。肩の凝らないものが多いでしょう。

その際、指摘が特定の個人に集中しないように注意します。

⑤レベルの高い教育より、まず褒める

どんなスタッフでも、優れているところを必ず見つけて、まず褒めてください。人は褒められたことは、自然に好きになります。好きになれば前向きになり、もっと褒められたいと思います。その気持ちが意識を変えます。

最近、HCで感じることは売場スタッフの少なさです。「説明を聞きたい」と思っても、従業員がなかなかいません。提案のあった冒頭のHCは、大型店でカウンターに数人が常駐し、外からの電話を集約しているようでした。顧客満足のためには従業員の質も大切ですが、ある程度の数も必要かもしれません。

■