



Wisdom and your Heart.

NACS東日本支部 消費者問題成果発表会

(2005.4.23. 於：東京ウィメンズプラザ)

顧客との良好な関係を

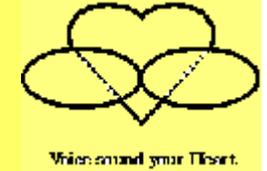
築くための糸口

～エニアグラムの視点によるロールプレイ

(事例検証) から学んだこと～

消費者対応研究会





<消費者対応研究会>

2002年10月発足以来「ナレッジマネジメント型自主研究会」として、消費者対応の基本的対応モデルの確立を目指し活動。

エニアグラム

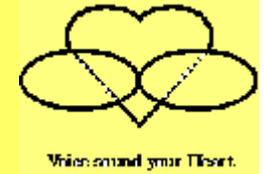
事例研究

エニアグラムの
視点で事例を研究

ロールプレイ

実践へ活かす
気づきと振り返り

エニアグラムとは？



- イスラム教スーフィー派のリーダー育成の知恵
- 心理学的研究により信頼性が検証された性格分類法

自己の囚われ

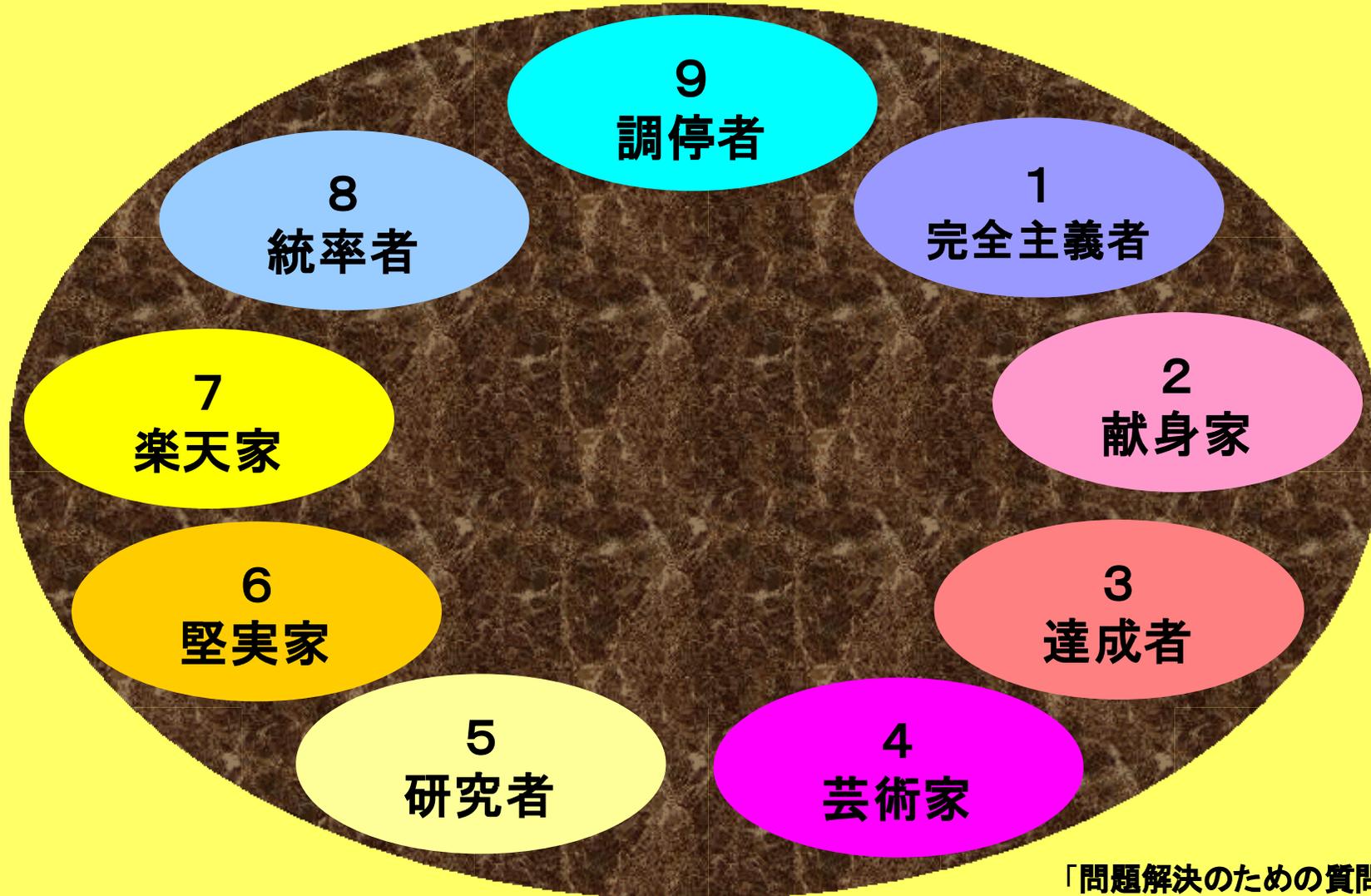
(欲求、こだわり、ためらい、恐怖、過信)を自覚し、
『本当の可能性』を伸ばす

■自己の価値（囚われ）への理解

■顧客対応時における『考え方の癖』の発見



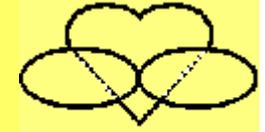
エニアグラム（9つの性格）



「問題解決のための質問力」

木村孝・高橋慶治 オーエス出版社

振り返りワークシート



Value found your Heart.

結果 分析

お客様の分析					応対者の分析					結果分析		
					うまく対応できなかった場合の分析		うまく対応できた場合の分析					
対応内容の概要	タイプ判断の根拠となる特徴的な文言・素振り(キーワード)	観察されたお客様の感情	お客様のタイプ(終期)	タイプ判断の根拠となる特徴的な文言・素振り(キーワード)	観察されたお客様の感情	特に工夫することなく対応した結果、失敗した点は？(初期)	対応が上手いかなかった要因をひとことで言う？(囚われとの関連)	自覚された応対者の感情	対応で工夫した成功した点は？(初期)	対応で工夫した成功した点は？(終期)	対応を通して反省点は？	振り返ってみてうまくいかなかった心当たりは？
使用中のビルトインコンロから火を噴いてツマミが落ちたとのコールあり(流し台メーカーから)。内容確認した結果、平成9年にリコールした商品と判明。お客様にお詫びと	こんな危険な思いをしたから、無償交換は当たり前	三菱の例を出しながら、ネチネチと主張を繰り返す。(沈着・冷静)	タイプ1	こんな対応しかできない会社とは、思わなかった。	自分の主張(無償交換)は、当然であり、こんなメーカーは、二度と買わない。(強い怒り)	0	0	0	毅然とした態度で、このお客様だけを、特別対応はできない、当社は公平をモットーにお客様と対応している事を強く主張。もし、お買い上げ頂けない場合は、現状復帰させて頂く旨伝え、今週中に回答頂	金曜日に娘さんから電話があり、購入する事に決めたので、集金に来て頂く様依頼あり。その際、当方から先日のやり取	通常、当社社員が訪問し、お詫びをしているが、電話ですましてしまった事	0
過去のサポートのまずさ、不具合解消せず、モデムが期日に到着しないなどから問い合わせ20回強のお客様。他社サービスに乗り換えがしたい。本来は弊社のサービスの解約が済んでか	当然できるわけよね。本当にできるんでしょうね？できないけれどただじゃおかないわよ。お客様のためなら何でもするのが企業ってもので	激しい怒りとお客様自身が自分を納得させようとしている感情が交互に表れる。怒りから疑念へ。次の怒りの機会を見据えている。	タイプ1	最初からあなたのように対応してくれればよかったのに。頼んだわよ。きつく言ってごめんなさいね。	言い過ぎてしまつて恥ずかしい。自分が約束を守らずに申し訳ない。	非常に強い怒りに共感づらかった。とるべき対応がもう見えていたので、聴き方が雑になってしまった。	自分としては、すぐに処置に移りたいのに、いつまでも激しい怒りを静めるのにエネルギーを注力するのが嫌だった。	早く、処置に入りたい。これ以上不満をいわれてたまるものかと少し負けん気。	このお電話の後で、関係部署に確認した後、何分後に必ず連絡をするように約束。お客様にも確認していただく課題を持っていただき、お客様はどれくらいで確認していただくことができるか約束を交わす。	お客様より先手・先手に動くことで信頼が勝ち取れた。お客様が「ごめんなさい、まだ確認とれていないのよ」というところから状況が逆転。	結果が見えている場合は、すぐに処置に移りたいという本能が、お客様の心情をなやましてしまった。最終的には力づく・腕づくでお客様	とにかく、不満を言いたい・共感してほしいタイプ1の心情をつかんでいなかった。

ワークシート（データベースの集積）



Where and your Tibert.

4項目の設定で分析

<概要>

- 業界、性別
- 対応者タイプ
- 対応時間・・・等

<結果>

- 反省点
- 振り返り
- 改善点・・・等

<お客様>

- 対応内容
- お客様の感情
- お客様のタイプ
- 根拠となる言動

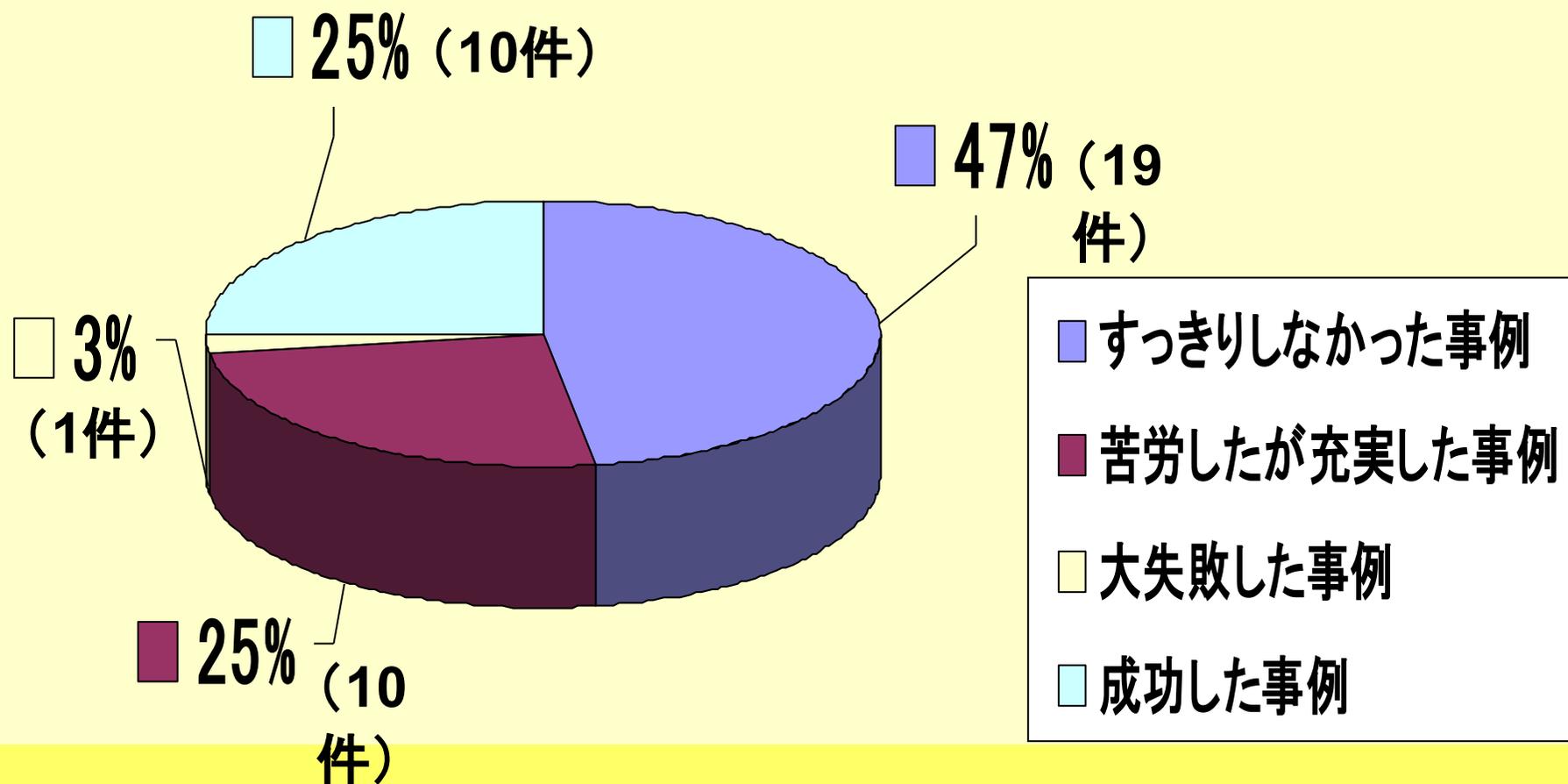
<対応者>

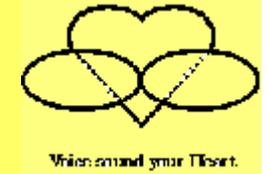
- 上手く出来た対応、出来なかった対応の各要因
- 対応者の感



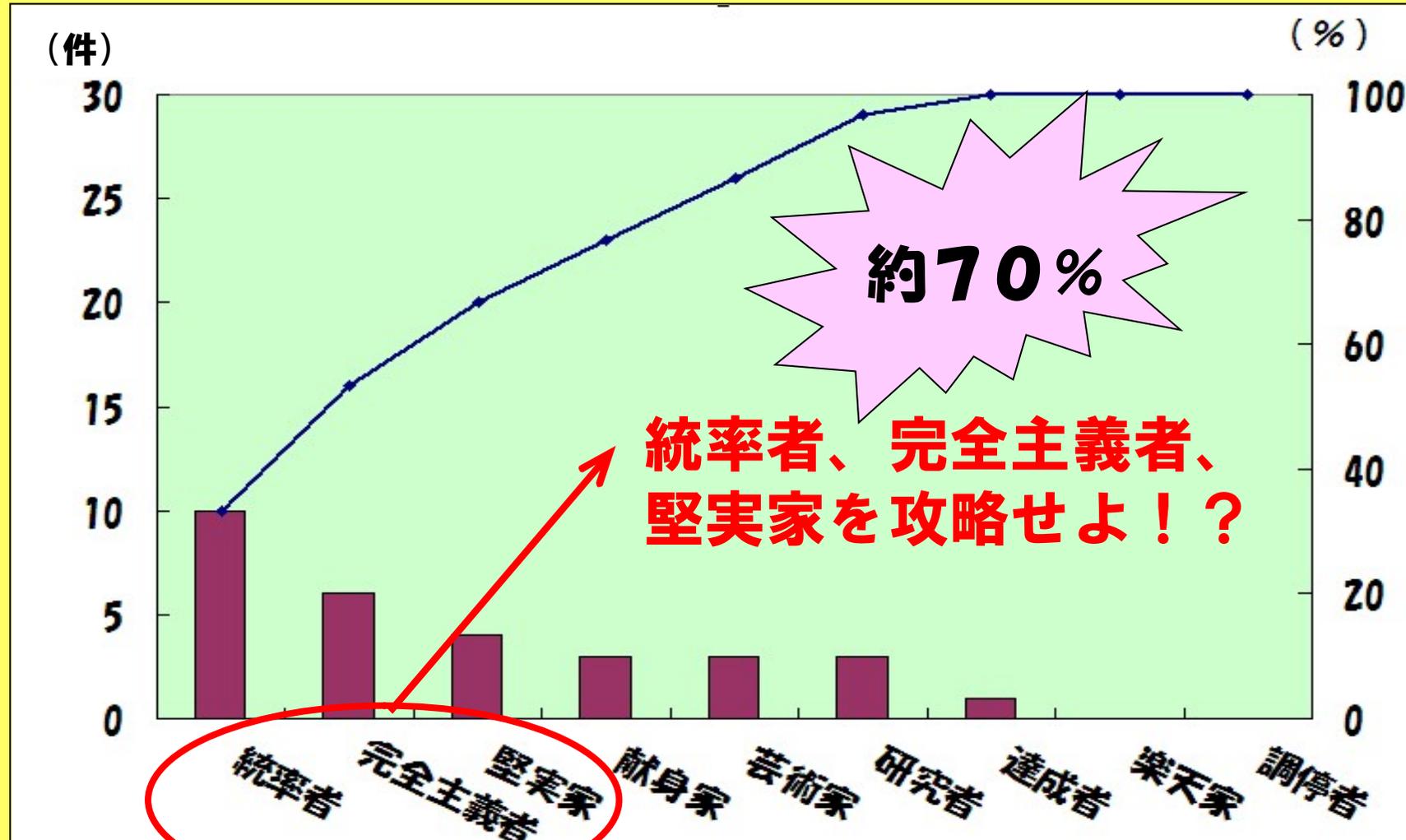


40事例の内容別分類





タイプ別苦戦した事例数



ロールプレイの実施



STEP 1

基本スキル
習得と向上

STEP 2

- ・ 応対者・顧客の
 囚われを踏まえ
 た応対の習得
- ・ 交渉力、質問力
 の向上

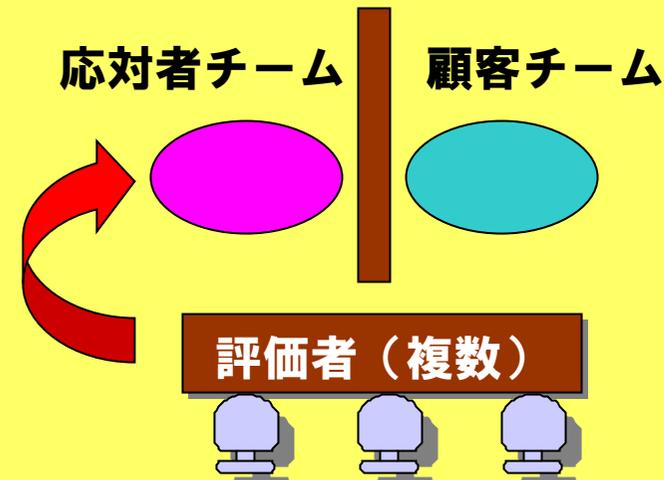
STEP 3

- ① 評価表を用いた実
 演者へのフィードバック
- ② 顧客・企業・エニ
 アグラムの各視点で
 の気づきの共有化

<ロールプレイの題材>

- 1) 家電製品の修理不完全
- 2) 食品の異物混入
- 3) 間違い電話に派生する事後対応
 のサービスクレーム

<実習方法>



ルールプレイ評価表マトリクス



Words sound your Heart.

	<質問力を高めるキーワード>	お客様視点での気づき	企業側視点での気づき	エニアグラムからのアドバイス
step1 第一印象 First Impressiom	話しやすい環境作りの為の言葉、質問(キーワード:「申し訳ございません」「私がお話を…」)	・一生懸命聴こうとする気持ちは伝わってくる。 ・「会社を代表して私がお話を伺う」という対応者の言葉に、この人に全部話せばいいんだという安心感が伝わる。	・顧客の不満が募った大幅マイナスからのスタート。慎重に対応していく必要性を感じた。・申し訳ありません、の繰り返しは逆に、お客様に好印象を残さないのでは？	・タイプ3の対応者の事実を冷静に受け止めようとする落ち着いた口調で好印象。・「結論や結果を求めて神経質になる」傾向があった。諦めずに一歩でも顧客の望みに近づけるような粘りが必要。
step2 確認 Identify	復唱確認で顧客に安心感・共感(キーワード:「そうですね。それは、ご不安でしたね。」)	・調査に必要な質問ごとはあらかじめリストにしておけばスムーズに問いかけられると思う。・問題を受け止めて解決する気があるなら必要な質問をきちんとすべき(最低限のことも確認しないで本当に解決する気があるのか?と疑う)	・顧客側は心に強い不信感を抱えたまま、静かに自分の思いを訴えています。うらたえず粘り強く共感していく必要性があります。・調査の為に、情報が必要と顧客にやんわりと伝えることも必要。	・自分の囚われのウィークポイントに注意。怒りを爆発させないように丁寧に確認してゆく必要があります。・自分だけで解決しようとの焦りは禁物、上司と相談する時間を頂く。
step3 評価 Assess	何が不満か確認。不満の原因を聞きだす質問	「もっとわかる人を」という言葉に表れているように、事の重大さを対応者がどこまで理解してくれているのか量りかねて、この先の対応に非常に不安を感じている場面も。相手の不安に対する同調の言葉がけが足りない。・何に対して申し訳ございませんなのか、きちんと言葉にして欲しい。(ただ謝られても口だけに関心ある)	・お客様のニーズが気持ちのケア(不安、不信の解消)であることの理解が不足。もっと大胆に共感を…!「それはご不安でしたでしょう、同じ女性としてとてもよく分かります。」・相手が置かれている状況、抱えている感情へのイメージの喚起。	【神経質で頑固な顧客】にどこまで企業として応じられるのか?自分の気持ちをかかり口にして表現できる顧客には、お客様の言葉を繰り返すことで安心させられるケースも
step4 話し合い Negotiate	何を望んでいるかの質問(マイナスキーワード:会社の決まり文句は返ってマイナス)	・顧客側の要求に対してはできないことを説得されているだけで、平行線をたどることに不信感を抱いてしまう。・文書を出さないことについて、「会社のきまり」だけで押し切らず、文書の代わりに何が出来るのかの提案が必要。・口だけの対応をされてしまうのではないかと不安/疑問が残る。何か形で示して欲しい	・お客様の不安に対して何か具体的な提案(再発防止策の報告)を持って話し合えば建設的。・調査に要する時間についておおよそどのくらいかかるか?それに合わせてどこまで調べられるか優先順位も決められる	「きまりだから」という説明には納得できないエニアタイプの顧客も。会社提案はより具体的な話が出来ると妥協点が見つかる
step5 処置と行動 Action	提案した対応で解決になるかの確認の質問	・今回の件でお詫びをお客様に行動で表すことができないとしても、お客様の精神的な不快に対して共感とお詫びの声がけをした上で、再発防止策についての説明はして欲しいと思います。	・消費者センターとも打ち合わせの上、できる限り再発防止の努力するとアピールしてお客様にご納得いただく。・お客様宅に向いての調査結果の説明とお詫びがあれば、より誠意が伝わったのではないかと。	・文書で回答をと言う場合、改善策や対応方法をはっきり知りたいと言う意図が感じられる。・完璧を求めるタイプ1同士の交渉で、再発防止策をまとめたレポートを提案するなど何とか実行できそうな行動を企業サイドから提案して着地点を探る。
step6 情報発信 Inform	処置対応の結果の報告	・クレームに対する回答は、企業姿勢のアピールの場として捉える前向きな対応者の姿勢が、お客様が不信⇒信頼にかわる絶好の機会になるのでは	・間違え電話をかけた事よりもその後のサービス対応の不誠実に対する不信の根が深い。他でもこのような消費者対応をしていないかと総点検をする必要があると思います。	・顧客の企業イメージは、正確・誠実な情報発信がなされるかどうかで大きく変わると考えられます。



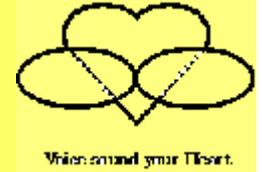
ロールプレイ事例③の解説

テーマ：販売店から無言電話があった とのお申し出

「販売店の番号で無言電話があった。以前にも着信履歴あり。
今回販売店に申し出たが真剣に取り合ってもらえなかった」

調べたら...お宅の会社から無言電話が2度もあった。
お宅の会社はどのような教育をしているの？
謝るだけで、私が2週間どんな不安な気持ちだった
かちっともわかっていないじゃない。
上の人と代わって！

顧客:タイプ1?

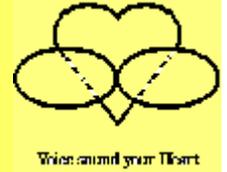


文書で報告書
を出して!

対応者:タイプ
1?

出来ない
『きまり』
です





タイプ1 / 『完全主義者』の特性 を有する顧客（応対者）の特徴

＜40事例の検証より抜粋＞

- 完璧さに囚われ、他人に対し、寛容になれない。
- 主張を曲げない、頑固。
- 神経質。
- 相手が行動を起こしてくれないと不安になる。
- 秘めた怒りが大きい。

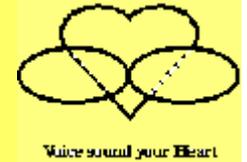
事例③のロールプレイ評価表 マトリクス



再度、事例を評価表マトリクス（step4）で検証

	<質問力を高めるキーワード>	お客様視点での気づき	企業側視点での気づき	エニアグラムからのアドバイス
step4 話し合い Negotiate	何を望んでいるかの質問(マイナスキーワード: 会社の決まり文句は返ってマイナス)	・顧客側の要求に対してはできないことを説得されているだけで、平行線をたどることに不信感を抱いてしまう。 ・文書を出さないことについて、「会社のきまり」だけで押し切らず、文書の代わりに何が出来るのかの提案が必要。 ・口だけの対応をされてしまうのではないかと不安/疑問が残る。何か形で示して欲しい。	・お客様の不安に対して何か具体的な提案(再発防止策の報告)を持って話し合えば建設的。 ・調査に要する時間についておおよそどのくらいかかるか?それに合わせてどこまで調べられるか優先順位も決められる	「きまりだから」という説明には納得できないエニアタイプの顧客も。会社提案はより具体的な話が出来ると妥協点が見つかる

ロールプレイ事例③へのアドバイス



献身家（タイプ2）の視点

無言電話・・・？女性ならさぞ、
恐かっただろうな



気持ちをわかって欲しいのに



調停者（タイプ9）の視点

「報告書」はダメだけど、
今後の取り組み（具体策）
なら出せますよ...いかがで
しょうか？



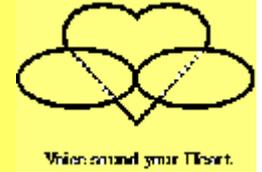
出来ない
“きまり”
です！



完全主義者

（タイプ1）

ロールプレイの成果

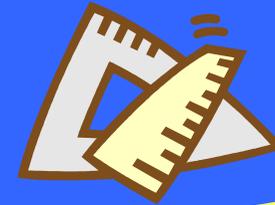


自己の内面への
踏み込み

共通視点（エニアグラム）での検証

自分の力で対応能力を
向上させる方法の習得

エニアグラムというもののさしで
共有化



自分と向き合うことで、
顧客とのより良い関係作り
に一步近づけた。

2004年度の活動を終えて



対応者、お客様の囚
われを理解する



対応者自ら対話のエネ
ルギーバランスを回復



お客様の真の要求を
見つける



お客様からの企業への
提言を真摯に受け取る

提言

企業



消費者対応部門

