

顧客対応

1. CS

貸出番号	タイトル	内容	時間(分)
CC006	お客様の心をつかむ 実践！ホスピタリティ 気づく・考える・行動する	①「気づきメモ」で職場が活性化 —株式会社JOMOネット東東京— お客さまに最高のおもてなしをするには？と常に“お客さま目線”で考え、改善していこうと、事業所一体となって取り組むガソリンスタンド・サービスステーションの活動を紹介します。 ②「SMILE & SEXY」で自分物語をつくろう —株式会社物語コーポレーション— チームワークによるホスピタリティ環境を大切に、自分らしさの発揮、自分らしく生きるには？と、ユニークな経営理念を掲げるフードビジネスの活動事例。 ③「心あたたか明光義塾」の実践 —株式会社明光ネットワークジャパン— 明るい挨拶等、コミュニケーションを大事にしたホスピタリティ塾を目標に取り組む、教育フランチャイズの学習塾を紹介します。	65
CC007	感動なくして販売なし 本気のCSはここまでやる！ ～ホンダクリオ新神奈川～	「2004年度日本経営品質賞」受賞、「お客様満足度調査」8年連続全国第1位受賞 業界では知らない人がいないほどの自動車ディーラー・ホンダクリオ新神奈川のCS活動とその考え方を、映像で詳しくご紹介しています。	40
CC008	全従業員で考える 【ケーススタディ】お客様大事の原点 仕事と組織を見つめなおす12のヒント	『お客様第一』はホンネか？タテマエか？/お客様に責任を果たすのは誰か？/誰のためのルール・規則か？/お客様の要望・期待を正確に把握しているか？/ビジネスパートナーとの協力関係はどうあるべきか？ 他	120
CC022	ディズニーストアで学んだ感動の販売促進術	「元気な職場で働きたい!」「もっとお客様に喜んでほしい!」接客業 ・サービス業をはじめお客様と直接対話する職場の方は必見です!世界的に有名なディズニーストアで活躍された加賀屋氏がモチベーションの維持から販売促進まで、あなたのために語ります! カッコイイ大人は夢をもっている/買って欲しいのは「商品」ではない!/倍率150倍の難関試験を突破するモチベーション継続術	41
EE012	コールセンターの敬語 インバウンド編	問合せや注文に対して、正確に対応するだけでは、コールセンターの役割は果たせません。敬意と感謝を伝え、信頼と満足感を与えることが使命です。この使命を果たすために不可欠なのが敬語。基本をしっかり身につけて、自在に操れるようになりましょう。 ポイント/会話の例 (1)最初の受け方(2)質問(3)注文(4)説明	30

EE019	コールセンター注文の受け方 ①流れとポイント	インバウンドの中でも、最もポピュラーで、同時に、重要でもある業務の一つが、電話による注文の聞き取りです。 どんな流れで受け答えをするのか、その際の注意点は、といったことを、わかりやすく解説しました。 コミュニケーターの役割/受注の流れ (1)挨拶(2)聞き取り(3)説明(4)電話の後で	30
EE020	コールセンター注文の受け方 ②受け方の話	電話でのオーダーは、ただ聞き取れば良いわけではありません。正確に聞き取り、良い印象を与えるためには、どうすれば良いのでしょうか。 声が全てのコールセンターでは、聞き取り方、尋ね方など、一言一言に注意が必要です。実際に役立つトークを、会話の流れに沿ってご紹介します。 受け方の注意/受注のトーク (1)注文内容の聞き方(2)氏名の聞き方(3)住所などの聞き方(4)復唱の仕方	30
EE021	コールセンター注文の受け方 ③難しいケース	注文の中には、普通に聞き取るだけでは済まないケースも色々あり、対応を誤ると思わぬトラブルにもなりかねません。やっかいなケースをどう切り抜けるか、いくつか例を挙げて、コミュニケーターの対処方法を紹介しました。 難しい注文は/ケース別の例 (1)曖昧な注文(2)一方的な相手(3)受けられない注文(4)いたずら電話	30

2. クレーム対応

EE003	速習！ クレームの初期対応と解決のポイント	職場向け学習システム、ワン・テン100%SYSTEMは、1日10分、10日間の学習で、クレーム対応の専門知識とスキルを100%マスターすることが出来ます。1回の学習時間が10分と大変短く、多忙を極める社員の方にも効果的にご活用頂けます。	85
EE023	クレーム対応の巧拙が企業生命を左右する	「クレームはいやなものでもやっかいなものでもなく、歓迎すべきお客様情報」と氏は語る。商品を不満に思ってもクレームを訴える人はごくわずか。そのわずかな情報を商品開発、改善に役立てることができれば、競合する他社製品と差別化を図れるかもしれない。お客様の不満の声をしっかり受け止め、逃げることなく対処すれば、クレームは宝の山となり会社の潜在能力を気づかせてくれるものになるだろう。	57
CC004	実践！ 苦情対応 消費者対応を見直そう ①消費者重視の苦情対応とは	消費者対応の重要性を今日的な視点から紹介、「苦情の申し出は消費者の権利である」ということを強く認識させ、苦情対応の課題とポイントをJIS Z9920:2000の内容をもとに解説。	30
CC005	実践！ 苦情対応 消費者対応を見直そう ②ケースで学ぶ苦情対応のポイント	JIS Z9920:2000をふまえて、消費者からのクレーム、問い合わせ等に対応するポイントを解説します。また、電話、Eメール、訪問、手紙等、さまざまなパターンの苦情対応の留意点についても解説しています。	30

EE013	コールセンターのクレーム対応 ①対応の鉄則	<p>クレームへの対処を誤ると、お客様を失うだけでなく、悪評の元にもなります。インターネットなどで個人の情報発信力が高まっている今、この影響は計り知れません。 怒りを和らげ、話をこじらせずに解決するには、それなりのノウハウが必要です。しっかり身につけて、リスクを未然に防ぎましょう。</p> <p>コミュニケーターの役割/対応の基本 (1)全体の流れ(2)ポイント(3)タブー</p>	30
EE014	コールセンターのクレーム対応 ②聞き方のコツ	<p>出だしを間違えると、とりかえしがつきません。この分かれ目となるのが、お客様の話を聞くこと。上手に聞ければ、解決にぐっと近づきます。クレームには、自分達では気付かなかった欠点や問題、改善点などのヒントが一杯。よく聞いて、ぜひ事業に役立てましょう。</p> <p>聞くということ/最初の聞き方 (1)ここでの狙い(2)聞き方のコツ/事態の把握(1)ここでの狙い(2)確かめる点、(3)聞き方のコツ</p>	30
EE015	コールセンターのクレーム対応 ③説明のコツ	<p>事態がつかめたら、調べた結果や、事情を説明します。ここでお客様に理解し、納得してもらえれば、問題の解決は間近です。説明はわかりやすく、そして、すんなり納得してもらえるものでなくてはなりません。そのためのポイントをまとめました。</p> <p>クレームへの説明/説明の仕方 (1)基本(2)説明のタブー(3)便利な表現(4)困ったときは</p>	30
EE016	コールセンターのクレーム対応 ④対処のコツ	<p>クレーム電話の着地点は、受けた苦情に対する対処です。満足が得られるところに上手に導き、問題を解決するには、どんな点がポイントになるのでしょうか。苦情をおさめ、最終的に納得し、満足して頂くために、着地点の見つけ方や、その提案方法のコツを身につけましょう。</p> <p>クレームへの対処/対処の仕方 (1)基本(2)提案の仕方(3)説得の仕方(4)合意したら</p>	30
EE017	コールセンターのクレーム対応 ⑤難しい相手	<p>クレームの電話をしてくるお客様には色々なタイプがあり、対応の仕方もそれに合わせて、臨機応変に変えなくてはなりません。中には、コミュニケーションがとりにくいお客様も珍しくありません。ケース別に対処方法のポイントを解説しました。</p> <p>難しい相手には/ケース別の例 (1)感情的な人(2)威圧的な人(3)商品知識がない人(4)何度もかけてくる人</p>	30
EE018	コールセンターのクレーム対応 ⑥難しいケース	<p>寄せられるクレームの内容は千差万別で、中には、対処の仕方に困るものも少なくありません。基本が通用しないと、判断を誤って、話をこじらせる恐れも高くなります。対応のポイントを、いくつかの例について考えてみましょう。</p> <p>難しいケースでは/ケース別の例 (1)事実確認が難しいケース(2)他から回ってきたケース(3)非を認めないケース(4)法外な要求をするケース</p>	30

EE024	クレーム電話対応のコツ ①基本編	クレームは貴重な顧客の声ですが、対応を誤ると大変な事態になりかねません。最初の受け方から、迅速な処理の進め方まで、CS(顧客満足)を高める対応方法を解説します。	30
EE025	クレーム電話対応のコツ ②最初の受け方		30
EE026	クレーム電話対応のコツ ③クレーム処理の進め方		30
EE027	クレーム電話対応のコツ ④話し方のポイント		30