

来店客への接し方＝最も大切な第一印象

入りやすいお店、工場作り、魅力的で買いたくなるような商品作りに努力し、告知、DMとTELコール、大変な努力をしてやっと在庫獲得、いざお客様が来店された、ここでの接客方法を中心にしてお客様に与えた第一印象が悪いと100の努力も全て「水の泡」になってしまいます。

第一ステップ ＝心から歓迎の意思を明るい言葉と態度で伝えます

来客に最初に気付いた社員がフロント担当であれ、事務員であれ、大きな声で「いらっしゃいませ」とお客様の目を見て、はっきり届く大きな声で歓迎の意思表示をします。そこにいる全社員が唱和する会社もあります。

「歓迎してもらえるだろうか」「知らないところに行くのは気が重い」と思って入ってくるお客様も気持ちを和らげます。安心して頂けます。最も大切なステップです。

第二ステップ ＝明るい笑顔、清潔で整った制服、身だしなみが印象を左右します

暗い顔、汚いつなぎ、だらだらした動作、「誰が来た」というような態度でじろじろとお客様を見る、最もやってはいけないことです。がしかし、こんなお店、工場も皆無でない現実です。

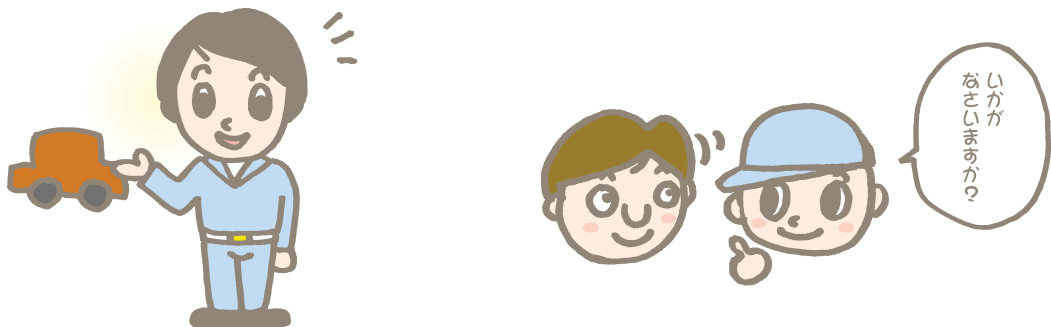
明るい笑顔、清潔な服装、綺麗な髪型、テキパキした対応、心配しながら来店されたお客様はすっかり安心します。



第三ステップ ＝お客様の身になって一緒に考える対応が歓迎されます

難しい用語の多用、専門家だという上から目線、一方的な押し付け、お客様の希望や要望、問題を聞かない態度、会社の都合優先、いずれも適切とはいえません。

まずお客様は何を望むのか、何に困っているのか、どんな援助や手助けを求めているのか、車の現状はどうか、徹底的に聞き出すステップが必要です。解決策もお客様と一緒に考える、理解と納得を得ることが重要になります。



第四ステップ = 湯茶の接待、ゆったりとした雰囲気、人間関係を築く努力

要件はビジネスライクに行いますが、それが終わったら、美味しい湯茶を接待したり、ゆったりした雰囲気です。世間話をしたり、これから一生のお付き合いをするため人間関係構築の努力をします。忙しいからといって、用件だけ済ませて「さよなら」は勿体ない話です。

お客様のためになるお買い得情報の提供、経費を節約できる車の上手な使い方アドバイス、話の種はいくらでもあります。

第五ステップ = 全数事前見積もり書発行と価格説明は親切に

価格はお客様にとって最も大切なものです。他社に流動する原因も、在庫しない理由も、他社との比較も「価格」が原因となるケースは多いものです。

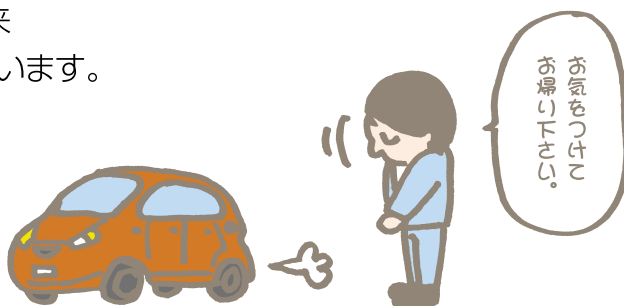
古くから付き合いがあるお客だから、常連客だから、法人だから、文句を言わないから、様々なこちら側の理由で価格をアイマイにしたまま取引したり、価格説明を省略したりしていると、あるとき突然取引中止になったりします。他社が全数見積もり書を発行し、価格説明を全力で行い、お客様満足を得ているのが流動する理由です。

第六ステップ = 「出迎え三分、見送り七分」の実践

要件が全て終わってお帰りになるときに示す全社員の態度が決定的な印象を与えます。

- ・車を事務所前に回送する、
- ・ドアをあける、
- ・お客様の乗車を手助けする、
- ・ドアを閉める、
- ・出口に誘導する、
- ・左右の安全確認をする、
- ・お辞儀をして見送る、

このような見送り方実行が、お客様に「この会社を選んで良かった」と思ってもらい印象を良くする、そして再来店に結びつくポイントだと言われています。



第七ステップ =アフターコールの実行

ハンドルを握ってお帰りになったお客様は、「車は直ったか」「依頼した整備は完全か」すぐ分かります。不平や不満を感じているお客様もいます。

来店客への接し方の最後は、アフターコールの実行です。

①話法としては

〇〇モータースの整備士〇〇です。

この度はご入庫いただき誠に有り難うございました。

ご依頼がありました点は全て完全に修理をいたしました。

お乗りになって何かお気づきの点がありましたら、是非お教えいただきたくお電話を差し上げました。

②直ったよ、満足だよというお客様には

有り難うございました。

次回も宜しく願い申し上げます。

③何か不平不満があるお客様には

誠に申し訳ございません。

もしお時間が頂けるのであれば、すぐお伺いし、お車をお預かりしてもう一度点検整備をさせていただきます。

- お客様に対しては、「即時対応」が重要ですが、更に「なぜ不完全な車がお客様の手に渡ってしまったのか」自社の仕組みを見直さないと再発防止に役立ちません。

「一度来店されたお客様と一生のお付き合い」をモットーに来店客に適切な対応を続けられれば、リピート回数も増加します。お店、工場に魅力的、お買い得、そしてユーザーや車にとって必要性が高い沢山のサービス商品があれば、お客様は何度でも来店してくれます。



自社はこのような状態になっているかどうか、一度真剣に見直してみる必要があります。



<自社の来店客対応方法は万全か?=チェックリスト>

来店しなければ不満客にならずに済んだ、来店したことによって新たな不満客を生んでしまうケースは沢山あります。

「満足」は当たり前、「感動」を与えられるような接客対応が求められる時代です。

1週間に一度、下表のチェックリストを使用し、自社の現状をチェックするとともに課題解決に積極的に取り組み、レベルアップに役立ててください。

	項 目	第1週 良・否	第2週 良・否	第3週 良・否	第4週 良・否
①	来店客に対し最初に気付いた人が、気持ちの良い挨拶をしましたか?				
②	車まで出迎えをし、駐車場に安全に誘導しましたか?				
③	お客様の修理に関する希望、要望を十分にお聞きしましたか?				
④	事前に「概算見積書」を全数発行し、お客様の理解と納得を得ましたか?				
⑤	待合室は整理整頓し、湯茶を接待し、ゆっくりとお待ち頂けてますか?				
⑥	修理後、価格と修理内容に関する説明は、親切丁寧に行いましたか?				
⑦	車の使用に関し、提案やアドバイスも同時に行いましたか?				
⑧	「出迎え三分、見送り七分」の精神でしっかりと見送りは出来ましたか?				
⑨	アフターコールは全数実行しましたか?				
⑩	発生した問題は即時解決しましたか? 再発防止策は打ちましたか?				