

かなめ流通G ホットライン

第7回

接客について

クリーニングは、店員の接客がお客様に与える印象に大きなウェイトを占めています。マニュアルも大事ですが、お客様によっては臨機応変に対応することが求められる商売だと思います。今号では、なぜ接客が必要なのか、どんな接客が必要なのかを考えました。また、「接客チェックリスト」を作成しましたので、是非チェックして、ご自分のお店の接客がお客様に喜ばれる接客かどうか確かめてみて下さい。

価値を伝える接客

例えば、コンビニエンスストアを想像してください。近いエリアに数店舗が密集し、商圈はパッシングしています。そして、売っているものに大きな差はありません。そんな状況で、何を基準に選ぶかといったら、「近さ」という人もいるかもしれませんが、「接客のよさ」を重視する人もいます。

クリーニングも「どこのクリーニング店も品質は大して変わらない」と消費者に思われてしまっているのが現状です。品質や商品といった「価値」を、接客を通じて伝えていくべきではないでしょうか？

クレーム対応でお客が増えた！

某クリーニング店では、ネットで直接きたクレームを、受付の一番見えるところに「こういうクレームがあって、このような改善策をとっていきます」ということも添えて貼り出しました。

それからすぐお客が増えたそうです。実際にクレームを受け取ってくれて、自分の言ったことに対して個別に対応してくれているという、一種の感動要因だと思います。

接客はお店の強みになる

ある駅前のパン屋さんでは、毎朝サラリーマンやOL風のお客様が店を出ていくときに、店員が「行ってらっしゃい」と声をかけるそうです。ほんのわずかなことですが、これは「家族同様にあなたのことを思っていますよ」という見えない部分のおもてなしがあって初めて出てくる言葉。今はお客様とのふれあいやコミュニケーションがどんどん欠けてきているので、逆にこういう姿勢がお店の個性や強みになりえるのではないのでしょうか。

チェックリストであなたのお店の接客を診断してみよう！

では、実際にお客様と接する受付スタッフの人の接客がどうなのか、チェックしてみましょう。意外と見えていない部分が見えてくるとと思います。

- | | |
|--|--|
| ① 上位2割の顧客で約8割の売上を占めています。従って、特に上位のお客様については、顔と名前は覚えるべき。お客様は名前では呼ばれると「特別感」を感じ、うれしいものです。 | ② マニュアル通りの接客では感動を生みません。感動を生まないリピーターも増えません。上記のパン屋さんの例のように、「目に見えない部分」で感動を生みましよう。 |
| ③ 当たり前のことですが、お客様の商品は「赤ちゃん」のように丁寧に扱うもの。煩雑に扱うのは論外です。「できているつもりだった」ということがあるかもしれません。 | ④ 営業店同士のヨコの行き来はすごく参考になります。売上の良い店舗の接客、そうでない店舗の接客は何が違うのかを知ることも、接客レベルを上げるひとつの方法です。 |
| ⑤ 受付スタッフさんが自店にクリーニングを出していれば、お客様に自信を持って勧めてくれるでしょう。逆に出不してくれるのであれば、自店の品質に問題があるのかもしれない。 | ⑥ クレームは受付スタッフが大半を受け付けます。そのスタッフがしっかりとクレーム対応できればお店の信頼にも繋がります。クレームになるかどうかは受付次第であることも。 |
| ⑦ お客様に「クリーニングを伝える」ことも立派な接客のひとつ。そのために商品知識は欠かせません。衣服やクリーニングについて新たな知識を得たお客様はきっと喜ぶはずです。 | ⑧ いろいろなファッションを理解していたら、受付時の会話に幅が出ることは間違いありません。 |
| ⑨ これも、自店のことをどれだけ分かっているか、ということに繋がります。自店の強みが分かるとこそ、自信を持ってお客様に自店の商品をお勧めできます。 | ⑩ 受付と工場、双方のことを知っていた方が、お客様に伝えられる内容も豊富になり、工場の知識があれば、対応できる幅も広がります。 |

あなたのお店の接客は大丈夫？

接客チェックリスト

各項目に○・×をつけて下さい。
○が6つ以下なら今すぐ改善しましょう！

- | | |
|--|--------------------------|
| ① 上位客の顔・名前を覚えていて、名前前で呼んでいる | <input type="checkbox"/> |
| ② 「いらっしゃいませ」「ありがとうございました」等のマニュアル通りの言葉以外の「言葉の工夫」をしている | <input type="checkbox"/> |
| ③ お客様の商品を丁寧に扱っている | <input type="checkbox"/> |
| ④ 「売れる人」「売れない人」の接客の違いが分かっている | <input type="checkbox"/> |
| ⑤ 自分のお店にクリーニングを出してくれている | <input type="checkbox"/> |
| ⑥ クレームの対策（改善策）がしっかりあって、それが受付の人まで浸透している | <input type="checkbox"/> |
| ⑦ 商品知識があって、それをお客様に伝えている | <input type="checkbox"/> |
| ⑧ おしゃれに興味を持っている | <input type="checkbox"/> |
| ⑨ 他店との違いを聞かれて説明できる | <input type="checkbox"/> |
| ⑩ 受付と工場の連携・交流ができている | <input type="checkbox"/> |

次回：付加価値商材の活用法



¥99,800 (税別)

簡単・ワンタッチレジ

- 品名登録144品
- 値引・割引自動計算
- 品名別点数集計可能
- 伝票発行3枚可能

消費税変更もワンタッチ予約

- 消費税変更日を予約可能
- 消費税率も簡単変更
- 設定日に自動的に変更
- 内税・外税も簡単設定

KNM GROUP TEL: 03-5295-0136
かなめ流通グループ FAX: 03-5295-0130