

接客好感度アップセミナー

Vol.05
2021.7.26

“好” & “高” 感性アップを目指す

6月30日、全道社員教育プログラムの一環として「接客好感度アップセミナー」を40名で開催しました。全道共育委員など6名の経営者の方もサポーターとして参加しグループ討論も充実しました。いつの時代でもさわやかで安心できる接客は会社のファンを増やし、会社の信用力を上げます。今回はコロナ禍でも工夫してお客様の好感度アップを図っているどんぐり・今城 夕美子販売チーフ、ウヤマ・庄司 雄一店長(各札幌支部)の2名にご報告いただきました。

「どんぐりはワクワクしていただくお店です」

今城販売チーフはどんぐりのモットー「お客様にワクワクしてもらえる店づくり」について店内の写真を画面に映しながら報告。①パンを五段重ねにするほど山盛りに陳列し、パンがお客様に語り掛けるような工夫をする。②通常のお店の2倍以上の商品を取り揃え、毎日の



どんぐりの店内

ように新作を出すことによって商品を見ることの楽しさを味わってもらう③パンの美味しさは焼きたてであることにこだわり、10分ごとに焼きたての商品を出し、閉店の30分前まで品数は限られますが提供していると熱く語ります。接客ではマ

【参加レポートから】

- ①お客様は+αで期待以上の心遣いを受けた時に感動を受ける。そのためには自身の人間力を上げることが大切
- ②職場は違えど共通しているのは、お客様が何を思い、何を感じているのかをいち早く察知して行動する事だと改めて学びました
- ③接客マニュアルがない中で、従業員一人一人が視野を広く持ち、考えて行動していることで自然な接客スタイルになっていると思う
- ④お客様の希望に応えるために店員の豊かな学びや経験の積み重ね、たゆみない努力が必要であり、その結果、店員が得られる満足も大きいと感じました。
- ⑤「家庭的な温かい接客」についてグループ討論でお互いの体験弾や意見を聞くことが出来ました。



(株)どんぐり 販売チーフ 今城 夕美子さん(パン製造 右)
(株)ウヤマ 店長 庄司 雄一さん(美容室 左)

ニュアルは作成せず「家庭的な温かい接客」を目標に自分たちで絶えず考えながら行動しています。視野を広く持ちお店全体をみることで、お客様に素早く対応しています。

コロナ禍で状況が一変しましたが、「変化する状況をポジティブに捉え、先入観にとらわれずに挑戦することが、お客様に新鮮でワクワク楽しいどんぐりのファンになってもらえる」ことだとまとめました。

「自分の感動の感性を上げ、一人ひとりに対応」

ウヤマの庄司店長は「ごくあたり前の接客サービスではお客様に響きません」と言います。お客様に新しい髪形を提案し、髪型が長持ちすることを喜ばれましたが「私は嬉しいが来店回数が減って商売にならないね」と言われたそうです。損得では無くお客様の立場に立って行動し信頼を寄せられることが接客の第一歩。結果的に様々な相談を受け、エステなど新しいメニューの注文も増えたそうです。

お客様に電話やハガキでお店の近況を報告しお客様の状況を伺うこともあるようですが、庄司さんは「その方の生活の背景を察しながら細やかな対応を心掛けています。感動を与えるとは、自分がお客様や同僚に熱い気持ちを持って接し、自分の感動の感性を上げること」と考えています。

「一人ひとりに合わせた心のこもった接客がどれだけ出来るかが美容業だけではなくサービス、接客業の永遠のテーマ」と参加者に語り報告を終りました。



庄司さんが勤務するシーグリーン店