

QUESTORY'S MESSAGE

ブランドのファンづくりを学ぶ⑧……信頼 お客様の声に耳を傾ける



「聞く」と「聴く」の違いとは何でしょうか

ブランドのファンづくりのプロセスは「①認知、②関心、③信頼、④愛着、⑤絆」の5段階です。これまで、「①認知」、「②関心」をご説明してきましたが、今回から「③信頼」に入ります。「信頼」の第1回目のテーマは「お客様の声に耳を傾ける」です。簡単そうですが、なかなか奥行きが深い話です。では始まり、始まり……。

あなたは、一方的に自分のことを話す人と、こちらのお話をしっかりと聞いてくれる人のどちらに信頼を覚えますか。感じ方の度合いは若干違うと思いますが、やはり話を聞いてくれる人ではないでしょうか。熱心に聞いてくれるので、こちらも本音で話をしているうちに、問題が解決したり、気持ちがすっきりとしたことが誰でも一度はあると思います。

「お客様の声に耳を傾ける?そんなことは当たり前じゃあないか」。しかし、私たちはお客様の声を聴いているようでいて、案外と聴いていないのかもしれない。「聞く」と「聴く」は似ていますが違います。「聞く」は“音や声を耳で感じる。耳に感じて知る”ことですが、「聴く」は“心を落ち着け注意して耳に入れる”こと、傾聴という言葉もあります。

耳をふさぐ習慣が出来てしまっていないか

お客様はいいことばかりを言ってくれるワケではありませんよね。お客様の声に素直に耳を傾けると、実際にはイヤなことも聴くことになります。イヤなことに耳を傾けるのは勇気が入りますよね。耳に痛い声を聞くのがイヤで、いつのまにか耳を塞ぐ習慣が出来てしまっているかもしれません。こうなると何も入ってきません。怖い、怖い……。

でも、お客様の声が、心地よい話かグサツとくるような話かは、聞いてみないとわかりません。まず耳を塞ぐのをやめて、お客様の声が心に届くようにすることです。聴きたいという強い気持ちがなければ、お客様の声は耳には届いても、心には届きません。お客様の声は耳を通過するだけで、心にはとどまらないのです。

よく「クレーム処理」と言いますが、処理と言う言葉には「面倒なことだから早く片付けるよう」というニュアンスを感じられます。正しくは「クレーム対応」です。お客様は、会社や店のことを思ってクレームとして情報提供してくれているのです。しかし、残念なことにクレームにならないと、問題点を見つけることが出来ない人が圧倒的に多いのです。

「何も言わずに去っていく」という無言の抵抗

会社や店をよくするには、これも当たり前のことですが、課題を洗い出して解決することです。解決策を考えるときに、本に目を通したり、尊敬する人に相談することが多いと思いますが、実は答えはお客様が持っています。すでにお客様は様々な手段で会社や店へ情報を提供してくれています。問題はそれを真剣にキャッチしているかどうかです。

お客様の店に対する満足度を調べるために、往復ハガキを使ったアンケート調査を行うことがあります。アンケート調査の中に、お店に対する要望や期待を書きこんでいただくスペースがあるのですが、お褒めの言葉や感謝の言葉に交じって、時々手厳しい意見が書かれていることがあります。思わず「ギャ」って言うような内容です。

まだ書いてくれる方はありがたいですね。一番厳しい情報提供は「何事も言わずに去っていき、二度と行かない、利用しない」という無言の抵抗です。それだけではなく、相当に腹を立てた場合は、悪い評判をあちらこちらに言いふらします。表現はよくないかもしれませんが、テロリストです。店や会社には直接聴こえてこないだけにこれは怖いですよ。

新規客づくりで陥る危険な落とし穴

これまで何度も足を運んでくれたお客様が急に来なくなるということは、どこかに何か大きな問題点があるのは間違いありません。それはすでにお客様からサインとして発せられていたはずですが、それを見落としているのです。あるいは、キャッチしても解決しないままにしておいた結果です。これがよく起きるのは、新規客開発に取り組んだ時です。

新規客の開拓は経営にとって大きな課題ですが、気をつけないところに危険な落とし穴があります。新規客を重視するあまり、既存客の声が耳に入っていないのです。ご経験があると思いますが、新規客の開拓ってそんなに簡単なことではありませんよね。気が付くと、新規も出来ない、大事なお客様も去っていくと言ふことになりかねません。

お客様の声から寄せられた問題点はまずはきちんと仕分けをすることです。すぐに改善に手がつけられる課題、時間や費用がかかる課題、仕組みを作らないと解決出来ない課題、解決する必要のない課題……。その上で、ひとつひとつ解決に着手することです。自然なことですが、これを繰り返すことにより信頼が生まれ、ファンが育っていきます。