

2023年度 全国「電話対応コンクール」全体講評

公益財団法人日本電信電話ユーザ協会大阪支部

実施件数	293 件	実施月日	2023年6月9日(金) ~ 6月22日(木)
------	-------	------	-------------------------

審査のチェックポイント			
項目	良い点	注意する点	
(初期対応の印象) (5点) 第一声から本題に入るまでの印象をチェックする 社名等の名乗り、挨拶、取り次ぎ方、相手もしくは用件の確認等、電話の初期対応全体	<ul style="list-style-type: none"> ●第一声、自らをハッキリ丁寧に名乗り、相手が「晶さん」本人と確認した上で電話をかけた目的をしっかりと伝えている。 ●初頭効果3秒の印象、第一声の爽やかさ、トーン、イントネーションが完璧である。 	<ul style="list-style-type: none"> ●印象深い第一声の挨拶が暗く事務的でパターン化している ●第一声、早口で滑舌が悪く、はっきりと聞き取れないため印象が悪い ●相手の確認が名前(姓)のみになって、本人かどうかわからないまま電話をかけた目的を伝えている。又、先に相手の確認をしてから自分の名乗りをしている。 	
基本対応スキル (20点) 語調・語感・間・言葉遣い等、自然な話し方であるかどうかをチェックする 声の大きさ、話すスピード、自然な抑揚、声の表情、声柄、間、発声、発音、歯切れのよさ、敬語、応対用語、相づち、口癖、場にあった表現の工夫等	<ul style="list-style-type: none"> ●発声、スピード、イントネーションとテンポを配慮したスピードとリズムは共に完璧である ●明瞭な発音で会話しているためすべての言葉は聞き取りやすい ●種類は少ないがタイミングよく相づち、クッション言葉を使い、適切な敬語、応対用語を使いこなしている ●お客様の気持ちに寄り添った言葉に温かさがある自然な話し方であった 	<ul style="list-style-type: none"> ●口の開きが小さいため、滑舌が悪く言葉が不明瞭である 例: 会社名が正確に聞きとれない 総合栄養バランス食や減塩食がハッキリ聞き取れない ●間がなく早口のため聞き取りにくい ●言葉遣いが不適切で書き言葉が多い お召し上がりになられる(二重敬語) → 召し上がる ご注文を頂き → ご注文を頂きまして 記載・入力 当社・弊社 可能 ご意向 ●3分(さんぶん)→3分(さんぷん) 	
コミュニケーションスキル (20点) 傾聴力、共感力、手際良さ、機転、説明の仕方等コミュニケーションスキルをチェックする 要点把握、聴き取り力、訊き出す力、説明力、処理の仕方、手際の良さ等	<ul style="list-style-type: none"> ●電話をかけた目的(食事制限)を端的に説明し、お客様が安心して話をしてくださるような対応が出来る。 ●「お申し込みフォームに書かれた内容」の情報しか持っていないことを考慮した上で、会話をすすめながらお客様情報をしっかりと訊きだせている。 ●訊きだした情報を元にお客様のニーズを把握して、最適な商品の紹介が分かりやすく出来ている。 ●説明や質問が分かりやすいので、お客様も迷うことなく自然に応えられていて、スムーズなコミュニケーションが図れている。 	<ul style="list-style-type: none"> ●電話をかけた目的の説明はできているが、ニーズを把握するための質問もなく、一方的に減塩食への変更をおすすめしている。(押し付けられた感じがする) ●総合栄養バランス食をすでに注文されているお客様に対してニーズは探っているものの「一緒にいかがですか」「食べ比べさせてはいかがですか」等、「減塩食」もおすすめている。(強引に営業をする必要はない) ●「食事制限」の理由を訊く前に「減塩食」の説明をしてしまっている。 	
情報・サービスの提供 (20点) 確かな情報、業務知識を持って、情報やサービスをお客様へ提供できたかをチェックする 情報提供力、業務知識、信頼性、企業アピール力・自然なセールストーク等	<ul style="list-style-type: none"> ●会話を通じて得た情報でニーズを把握し、お客様にとって最適な商品のお勧めが出来ている。 ●最適な商品の提案も、お客様の気持ちを察しながら商品の魅力をしっかりと伝え納得していただいた上で変更に繋げている(信頼性が高まった) ●商品の説明も特長だけを伝えるのではなく、どういいのかが自然なセールストークでわかりやすく説明できていた。 	<ul style="list-style-type: none"> ●時間オーバーに繋がっている。 例)・お届け先の住所の確認(住所を読み上げている) → お届け先はお変わりございませんかで十分わかる。 ・お届け先、保存方法、召し上がり方、容器の扱い等すべて確認している。 等 ●誤った情報を伝えている。 例: オプション商品半額はキャンペーン中→初めて利用する発送が明日(10/21)→正: 23日等 ●提案をしておきながら「合計金額は後程メールでお知らせいたします」では不安になる 	
最後の印象 (5点) 電話の最後(クロージング)、余韻効果をチェックする 終わりの挨拶、名乗り、大事なことの繰り返し、受話器の扱い、切ったあとに残る余韻、会社へのイメージ等	<ul style="list-style-type: none"> ●最後の挨拶は、配慮の言葉もあり丁寧に應對している。 ●商品が届くのが楽しみになるような余韻が感じられるような應對だった。 	<ul style="list-style-type: none"> ●最後の責任ある自身の名乗りがない。「失礼します」のみで終わっている ●パターン化した言葉で終わっている ●感謝の言葉は、一応述べているが心がこもっていない、ただ言っているだけの印象で温かさが感じられない 	
全体評価(CS) (30点) お客様の立場に立って、対応全体を通して満足できる対応であったかを評価する 例えば ・電話をかけた目的をお客様が容易に納得頂けるよう説明した ・親身になってお客様に寄り添った対応であった ・商品の紹介がわかりやすかった ・全体として温かみがあり感じの良い対応であった ・今後もこの会社と取引したいと思った など	<ul style="list-style-type: none"> ●スムーズな対応ではないが、言葉の端々に温かさが感じられる ●総合栄養バランス食を選んだ北見様の気持ちを察して共感しながら、無理のない提案が出来ていた。思いやりの感じられる対応であった。 ●お客様への配慮や心配りのある対応で信頼が持て、安心感のある対応であった ●今年度の問題の3つのポイント 1. 電話をかけた目的を説明 2. お客様のニーズを把握する 3. ニーズに適した商品を紹介する 	<ul style="list-style-type: none"> ●的確な対応ができていないものの、事務的で声の表情が伝わらず温かな対応に感じられない ●商品の説明が分かりづらかった。 ●最初から提案ありきの一方的な対応で、何か買わされるのではとの警戒心が働いた。 	