

2021 年度 電話対応コンクール 新宿地区・池袋地区大会 審査委員長講評

審査委員長 : B-コミュニケーション㈱ 伊藤 康子

今年の新宿・池袋地区大会は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、録音審査で実施されました。それに伴い、競技の日程が早まったことから、選手の皆さんは準備に苦労されて本番に臨まれたのではないかと推察します。また、送り出された企業の皆様も、スケジュールの調整など、大変だったことと存じます。本当にお疲れ様でした。

そのような中でも、大変レベルの高い対応が多くありました。日ごろからの「電話対応」「お客様対応」への意識の高さがうかがえました。以下に審査員一同の講評を記させていただきます。

■良かった点■

- ・はっきりと会社名を名乗る、という第一声の名乗りでの必要条件是、皆さん満たしていっていました。また、単に名乗るだけではなく、元気の良さ、落ち着きなどを声で伝えることができ、お客様からの問い合わせを歓迎する、という姿勢がうかがえました。
- ・声柄や話し方から、明るく、積極的な姿勢でお客様と向き合っていることが伝わりました。
- ・お客様へ敬意を持って対応をしていることが、言葉遣いで伝わりました。また、できるだけ平易な言葉で、お客様が理解しやすいように工夫をしていることも評価できる点です。
- ・お客様の疑問点(質問)に対しては、スムーズに回答をすることができていました。

■さらに良い対応にするために■

今回のコンクール問題の3つのポイントに沿って改善点とアドバイスです。

① わかりやすく説明をする

平易な言葉を選ぶということは、できていましたが、それでも漢語を多用している対応も見受けられました。また、「高圧洗浄機」をかみ砕いて伝えようとして、かえってわかりにくくしているケース、「メンテナンス」という業務内容に合わない言葉を用いているケースがありました。説明の際の一文が長く、何を伝えたいのか、的が絞れていないものも散見されました。

- ・一文一意。短いセンテンスで簡潔に伝える
- ・「HP を見ている」という文言があるので、HP に掲載されている内容をすべて伝えるのではなく、要点を絞る

② 提案に必要な情報を収集する

今回は「エアコンのクリーニング」に限定されていたために、「室外機の洗浄」「2 台セットメニュー」と、あらかじめ何を提案するのかを決めていた方が多かったようです。そのために、必要最低限の情報収集しかしていないケースが多く見られました。また、「いつから使っているのか」「エアコンの手入れはどうしているのか」など、訊き出してはいるものの、その後の提案に結びつかない質問をしているものもありました。お客様のお名前を確認していないケースもあり、この後、どのようにお客様とコンタクトするつもりなのかが見えませんでした。

- ・お客様の「状況」「質問の背景」をイメージし、提案につながる情報収集をする

③ お客様に喜んでいただける提案をする

提案は皆さんなさっていましたが、「お客様に喜んでいただける」という観点でなく、「この問い合わせにはこの提案」と決めてかかっている印象が強く残りました。そのために「なぜこの提案がお勧めなのか」が非常に伝わりにくくなっています。

- ・お客様の要望や訊き出した状況に合った提案を考え、伝える

3 分間という限られた時間の中で、対応をまとめることは難しいことですが、お客様に合わせた臨機応変な対応が実現できるように、さらにスキルに磨きをかけましょう。