

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「接客の前にあるもの」

当社のお客様へ訪問したときの話。接客スペースを改装された
と伺い、だいぶ時間が経ってしまいました。打ち合わせもあり
お伺いしました。きれいな椅子に座って打ち合わせをしていると
大きな窓越しに、その担当の方が外へ向かって会釈をされていま
す。「お客様ですか？」ときくと、「いいえ、会社の前がバス停で、
いつもそこを利用している方です。名前も知らないですよ。」と
のこと。年配の女性は、こちらをみてニコッと笑っていました。
それをみていて私は、この会社ではお客様の受け入れ体制がで
きているな…と感じました。

「接客」に関しては、たくさんさんのビジネス書や専門サイト等が
あります。「接客のコツ」「売れる接客」などと紹介されているよ
うです。それはそれでとても参考になるのですが、実際の「接客」
の前に「受け入れ態勢」、つまりお客様を迎え入れる準備がで
きているか？がとても大事だと思えます。私の伺った会社では、い
つでもお客様に対して笑顔で挨拶できる準備が出来ていると思
いました。

時々、カーディーラーが新装オープンなどを行っているのを見
かけますが、そのブランドによって、カラーリングや独自の雰囲気
気づくりをしています。定期的にお客様の受け入れ態勢を見直
し、いかに抵抗なく来店してもらうかを考慮しているのだと思
います。新装後の入り口やそのまわりの雰囲気、ノボリや案内看板、
チラシなどを見てみると参考になることがあります。そのまま同
じことはできませんが、お客様の受け入れ態勢には、見た目も結
構、大事であることがわかります。以前から知っている店なら
いいのですが、全く知らずに初めていくのに、整理整頓されて

いない、入口がどこかわからないようなところには入りにくいものです。
来店型の集客店舗であればお客様を迎え入れるために出来ることから行
っていくことが必要だと思います。フリーダイヤルのようなサービスの
導入を検討するのも良いと思います。フリーダイヤルは「お客様を受け
入れている」と感じるのには私だけでしょいか。

最近「女性をターゲット」にした、商品やサービスが多いようです。
軽トラックも「オレンジ」や「ピンク」など女性を意識したカラーも販
売されているくらいです。店舗カラーをピンクにするわけではないので
すが、女性が来店しても気にならない雰囲気作りはどうすればよいか、
その分野の知識が無いお客様が来店した際にどのように対応するのか、
専門用語ではなく、わかりやすく説明できるかなど、店舗や見た目のハ
ード面のリニューアル以外にも、ソフト面のスキルを磨くことも大切だ
と思います。

エンドユーザーを対象としている業種では、より一層女性を意識して
いくことが必要になってくるでしょう。具体的なターゲットを絞れば、
誰が来ても満足できる受け入れ態勢に近づけるはず。お客様を迎え
入れる体制作りの第一歩は、技術やコツではなく、お客様を受け入れる
準備だと思えます。

ご案内

ホームページ、会社案内、名刺、ノボリ、
クリヤファイル etc...
貴社だけのオリジナルデザインで制作
します。
お気軽にお問合せください。
Tel:042-349-3535



■ラップニュース読者の皆様へ。
ラップニュース バックナンバーはホームペ
ージからご覧いただけます。

<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますのでよろしかったら
ご意見をお聞かせください。