

高める 案のポイント

「CS」を 応対&提

●営業店における取組みの見直しと改善策

お客様の期待を上回る接客を
3つの観点から目指そう

金 融業界で、CS（いわゆるお客様満足）が重要視されるようになって久しく、いまでは多くの金融機関でCSに関する研修やセミナーが実施されています。

営業店でも、店頭でお絞りやお茶を提供したり、急に雨が降ってきたときに傘を貸し出したりする取組みも見られます。各担当者もお客様に喜んでもらうために、役立つ情報を提供するなど独自工夫していることも珍しくありません。

その一方、限られた人員や時間の中で、担当者がCSになかなか取り組むことができない状況も見られます。成果に追われてお客様に十分配慮できないまま、CSをないがしろにしてしまうのかもしれない。

また、敬語やマナー等の習得が不十分な行職員もいて、これではCSどころの話ではなくお客様からの苦情につながることもありま。担当者としては、マイナスの蓄積が最終的にCSの低下を招くことを認識し、日頃の接客を見直すことが強く求められます。

ただし、金融業界でCSが当たり前になりつつあるいま、CSを高めることは難しくなっているでしょう。そこで、お客様の期待を上回る接客を意識することが重要になっていくのです。

取組みを客観的に見直す

CS自体は抽象的な概念であり、CSを高めるための答えは1つとは限りません。そこで、お客様との接点を「環境」「面談」「提案」と区分し、それぞれのよう



な取組みがCSにつながるかを考えてみてはいかがでしょうか。

「環境」については、営業店のロビーやカウンター等の設備、掲示物などが該当します。各担当者のデスクやカウンター、記帳台等を清潔に保つ、パンフレットはお客様が手に取りやすいように並べるといった方策が考えられます。また、お客様が落ち着いて話ができ

る雰囲気づくりも大切です。

「面談」では、身だしなみや立ち居振る舞い、言葉遣いなどへの気配りが重要です。担当者の声のトーンや話すスピードによって、説明の聞き取りやすさやお客様の話のしやすさは変わります。雑談がお客様にとって楽しいものであれば会話が弾みCSにつながるのです。

担当者自身がお客様にどのような印象を与えているか客観的に見直し、日頃から意識して好印象を目指すといでしょう。

「提案」の内容が特に重要

CSの決め手になるのが「提案」です。いくら清潔な店舗で担当者の印象が良くても、お客様に合わない提案では残念な結果に終

わるでしょう。お客様が納得できる提案であればCSにもつながり、契約となります。お客様に応じて課題を解決する提案や夢を応援する提案などを行っていくことが重要でしょう。

このような取組みでは、お客様の立場になって考えることがカギとなります。どのような接客がお客様に喜ばれ、ひいては期待を超えるのか、検討してみてください。実務に関する知識を習得するとともに、CSにつながるノウハウを蓄積して実践することで「環境」「面談」「提案」の質を高めましょう。

CSは、金融機関や担当者とおお客様の関係を強化し、最終的には他のお客様も紹介してもらえるほどの信頼を獲得することを可能にします。

本特集では、見落としがちな問題点を挙げて、解決策とともにお客様の期待を超える提案を紹介しています。お客様との強固な信頼関係を目指すうえで、参考にしてみてください。