

感動を生み
リピーター
を作る



解説：渡辺聡

(株)日本能率協会インサルティング・チーフインサルタント

第⑧回

油断大敵！接客に部外者なし

「おもてて、よし」
「スペシャリストを目指す」

ゴルフ場では、多くのスタッフが連携してサービスを提供している。お客様と接することが多い部門もあれば、ほとんど接することがない部門もある。しかし、程度の差はあっても、ゴルフ場の接客に部外者はいない。今回は、清掃スタッフ、コース管理スタッフ、施設・設備メンテナンススタッフなど、接客に関して、裏方と言われがちな部門の接客について考えたい。

これまでの連載における関連部分も含め、まず、重要な2つの心構えから見ていきたい。

①接客意識の醸成

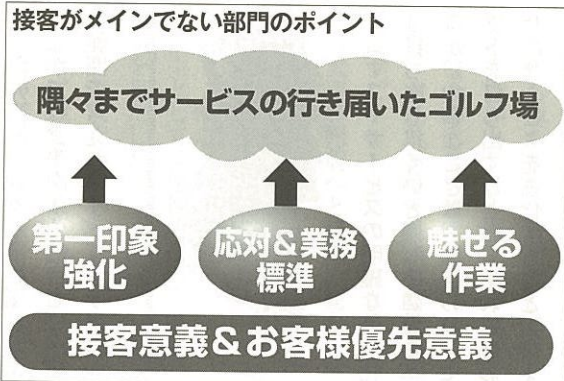
今回取り上げるコース管理や清掃、厨房などバックヤードのスタッフは、接客がメインの業務ではないがゆえに、接客をあまり重要な役割として認識していないのではないだろうか。しかし、そういったスタッフのちよ

っとした挨拶や気遣いに、来場者は行き届いたサービスレベルを感じるのである。「接客すべき人だけが感じよ、それ以外の人は反応なし」では、ゴルフ場全体の印象はよくならない。まずは、接客に部外者なしの意識改革が必要である。委託しているのであれば、その視点での委託先管理も必要である。

②お客様最優先の意識

インターネットなどで、自ゴルフ場に関する不満の書き込みをみてほしい。おそらく当事者にとっては「思いのほか」と映るほど、一定数の不満がコース管理や清掃のスタッフを対象に書かれていることに気付くはずである。その多くは、お客様よりも自分たちの作業を優先してしまったことに原因がみられる。それは、接客的不満として捉えなければならぬ。お客様に接していないか

らと違って、自分の作業が優先ではない。どのようにコース管理作業をするのか？ 設備の修理をするのか？ 清掃をするのか？ その優先順位を間違えてはいけない。作業は接客の一部なのである。



接客の基本を徹底し 魅せる作業にする

バックヤードのスタッフには、どのような接客が求められるのか。そのポイントをみていこう。

まず、接客の基本を徹底すること。それほど複雑なコミュニケーションが発生するわけではなく、瞬間的な接点が多いので、第一印象をよくするポイントを徹底するとよい。

【表情】基本は笑顔。あとは変化を多くする。少し困った顔、申し訳なさそうな顔、真顔など、使い分けながら、変化をさせる。

【動作】顔を見る、身ぶり手ぶりを入れる、うなずく、駆け寄るなど、ボディランゲージを増やす。

【発声】高低の使い分け（高ければ明るめ、また注意喚起、低ければ落

ち着いた感じ）、速遅の使い分け（速めならテンポの良さ、遅めなら落ち着いた感じ）、大小の使い分け（大きければ聞こえやすく、プライバシーにかかわることなどは小声で）。加えて、抑揚や間などを変化させて組み合わせる。

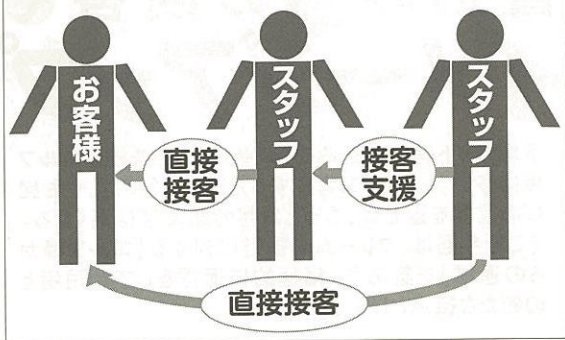
次に、全体的にある程度「型」を決めて応対標準を作り、その徹底を目指していくことは全体のレベルを底上げしやすい。たとえば、「反応よく挨拶する」「呼ばれたらすぐに駆けつける」「用がありそうなお客様に先に声をかける」などがある。

また、前述のインターネット上の不満に対処するには、作業や行動のルールを作り、それを守ることが必要になる。不満を防ぐための業務標準も、応対標準同様に必要となる。

そして、繰返しになるが、「作業」「接客」と考え、「魅せる作業」にすることである。

清掃やコース管理といったバックヤードのスタッフに求められるものは、「やるべきことをきちんとしっかりとやりやっていたらよい」だけにとどまらなくなってきた。その価値は、作業の仕方や作業している人の側面にまで及んでいるのである。

連携して接客サービスを提供する



以前にも例をあげたが、新幹線の清掃スタッフは、いつの頃からかホームに入ってくる新幹線を、整列してお辞儀で出迎えるようになった。また、レストランでは料理人が挨拶するようにになると、途端に料理だけでなく、その挨拶も価値の一部になる。清掃やコースメンテナンスの仕上がり状態だけでなく、それをどのような人がどのように行ったのかといったことが重要となっていく。お客様に見られているのだから、「魅せる作業」をする。そんな視点で作業を再検討してみることをお勧め

めしたい。

筆者がゴルフ仲間に行ったところでは、意外と(?) 清掃スタッフと顔なじみ人が多い。もちろん、ヘビューザーとしてリピートしている、あるいはメンバーとなっているゴルフ場においてである。大浴場やロッカールームなどで顔を合わせる機会があり、二言三言だが言葉を交わすことも少なくない。そうなること、常連客に対するちょっとした対応も好印象のポイントとなってくる。

連携した 接客サービスを意識

ここまで、清掃やコース管理部門といったお客様と接する機会が少ないスタッフの接客のポイントを見てきた。最後に話すポイントは、「連携してサービス提供する重要なメンバー」という視点である。

ある観光ホテルで、こんな事例があった。朝、チェックアウトの時間帯に廊下で、清掃スタッフが出かけるお客様とすれ違った。お客様は夫婦で、「今日はその後、どうしようか？ 目ばしいところは行っちゃったしね…」と話していた。この会

話を聞いた清掃スタッフは、その夫婦が出てきた部屋番号を確認し、フロントに内線をかけて会話の内容を伝えた。そして、その夫婦がチェックアウトでフロントに行くと、フロントスタッフがさりげなく声をかけた。「今日はよい天気ですが、この後どこへ行かれるのですか？」と。この後、その夫婦がスタッフに相談し、楽しい旅行の1日を過ごしたことは想像に難くない。

このホテルの清掃スタッフは、自らが接客することはなくても、仲間の接客部門がお客様と良いコミュニケーションをとれるように協力することも仕事であり、自分たちの接客だと考えているのである。こういう視点で考えれば、総務・庶務のような管理部門も部外者ではない。連携サービスのメンバーとして重要な役割があることになる。たとえば、予約時のコミュニケーションの内容やニュースを、キャデイやフロントスタッフに伝えるといったことができる。こうした「連携接客」が重要になる。

接客に部外者なしである。施設一丸となって接客向上に取組んでこそ、接客が武器になるのである。