

感動を生み  
リピーター  
を作る



「おもてなし」  
スピリットを目指す

第 10 回

64

解説・渡辺聡(株)日本能率協会コンサルティング・チーフコンサルタント)

# 幹事のニーズを引き出すポイント

これまでは、フロントやマスター室などのセクションや、ゴルフ場の場面ごとにコミュニケーションのポイントを挙げてきた。今回は、コンペ幹事とのコミュニケーションを上げる。

まず、コンペ当日と後日の対応ポイントを押さえておきたい。

基本的なポイントは、電話対応を含めてこれまで繰返してきてきたことと同じである。それは、ボディランゲージや表情、声の変化を上手く使ったり、同調・共感を示すなど、お客様の印象を良くしてコミュニケーションをとりやすくすること、相手の状況を判断した個別対応をすることなどである。

コンペの当日は、参加人数や組合わせなどの変更や調整、パーティや表彰式の準備といった役割が多くなるが、コミュニケーションのポイント

トは全員への目配りである。幹事もバタバタしていて、なかなか参加メンバー全員にきめ細かく対応できないことが多い。レストランスタッフの対応時のポイントでも述べたが、広く全体へ目を配り、参加メンバー全員とうまくコミュニケーションをとることを心がけて欲しい。

後日のやりとりにおいて、コミュニケーション上重要なポイントとなるのは、今後の関係づくりに繋げる点である。電話やメールなどでお礼を言うだけでなく、コースやパティ料理、スタッフの対応などについて感想も聞き、好印象を残すことを意識しながら関係を深める。こうした情報をデータとして残り、次の機会に過去の経緯を踏まえたコミュニケーションがとれるようにしておくことよ。

しかし、コンペ幹事の対応で中心

となるのは、当日までの事前のやりとりである。コンペが上手くいくかどうかは、事前準備にかかっているといつてよいだろう。人数や組数の変更、ありきたりでない賞品の手配、参加メンバーに応じた企画提案など。そして、コンペ担当者は、ゴルフ場の各部門との調整を含めてとりまていていかなくてはいけない。コンペ幹事の対応のキーワードは、「ニーズを引き出す」である。

## 求められるのは 真意を察した対応

まず、ベースとして重要なことは、第3回でも述べた「真意を察した対応」である。「国道〇号線は、どこに行けばいい?」と聞かれたら、「〇〇だつたら考  
えらる」といった補足はあるかもしれないが、基本的に「YES」か「NO」である。どういったものがコンペ賞品として参加者に喜ばれるのか、知識や経験のないお客様の場合は、限定質問で問いかけた方が答えやすい。そのため、こちらがリードしながら徐々に絞り込んでいくと話も進めやすい。

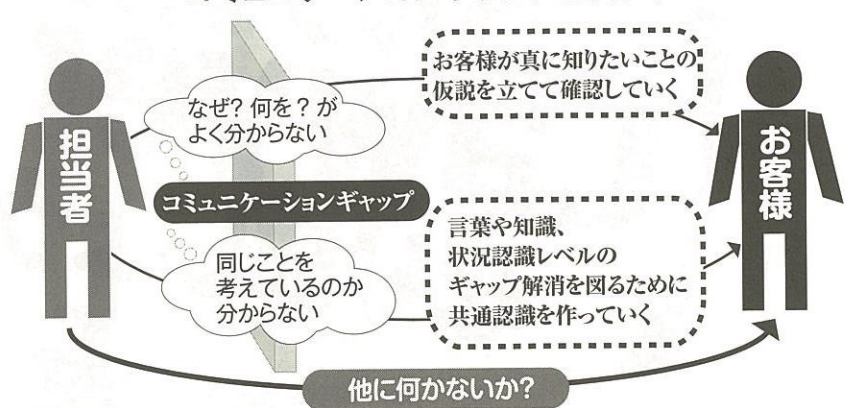
「どこに行きたいのか?」といったお客様の本当の目的を確認し、もっとよいルートや目的の地付近の観光スポットなど補足情報を提供すると、好印象に繋がる気の利いた対応になると述べた。

もちろん、やみくもに突っ込んで聞けばよいのではない。あえて聞かない方がよいプライベートな用件だと思えば、聞かれたことだけに答えるのもまた、お客様の真意を察することになる。コンペ幹事との対応でも、直接リクエストされたことだけでなく、「何をしたいのか?」真の目的を察することで、よりよい提案に繋げていきたい。

このような「真意を察した対応」に加えて重要になるのが、「ニーズの引き出し」と「提案」のコミュニケーションである。

①ギャップを取除く

## コミュニケーションギャップを取除く



相手が定期的にコンペを開催して幹事慣れしているならば、お客様の要望をきちんと理解すればよい。問題は、幹事役にあまり慣れていないお客様である。慣れていないお客様と慣れているゴルフ場担当者とはコミュニケーションにギャップが生

じる。まずは、このコミュニケーションギャップを埋めることを心がける。たとえば、お客様が言っている「スタート」と、こちらが思っている「スタート」は同じことを指していないかもしれない。ミスを防ぐためにも、丁寧な説明や確認をしてギャップを取除いていく。

### ②目的や理由を確認する

お客様の要望を聞きながら、目的や理由などを確認していく。前述の「察する」ことの繰返しになるが、「パーティ会場はどれくらい広いですか?」や「マイクは使えますか?」といった質問の目的は何か?なぜ知りたいのか? それらの目的を確認することによって、プロとしてのアドバイスをより多く提供できるようになる。

### ③2つの質問を使い分ける

お客様のニーズを具体化していく場面では、さらに問いかげをしながからニーズを明らかにし、提案してカタチにしていくことになる。

この時、相手が上手く答えられないような場合は、限定質問(クローズドクエスチョン)を使うとよい。限定質問とは、「YES/NO」で答えられるような質問の仕方をする

ことである。たとえば、「コンペの賞品に家電はお考えですか?」という質問に対して、「〇〇だつたら考  
えらる」といった補足はあるかもしれないが、基本的に「YES」か「NO」である。どういったものがコンペ賞品として参加者に喜ばれるのか、知識や経験のないお客様の場合は、限定質問で問いかけた方が答えやすい。そのため、こちらがリードしながら徐々に絞り込んでいくと話も進めやすい。

ちなみに、「コンペの賞品はどのようなものをお考えですか?」というような質問は、拡大質問(オープンクエスチョン)と呼ばれる。答えがいくつもあふ尋ね方である。相手が幹事の経験が豊富な場合は、拡大質問の方がいろいろなニーズが出てきやすい。

お客様との間でニーズが合意できれば、「提案」することになる。提案は1つだけでなく、できればお客様が選択できるように複数の提案できるとよい。お客様の要望にズバリ応えることができない場合は、目的や心情に沿う方向の代替案を提案することが重要である。

このように、単に質問に答えたり

要望を聞くのではなく、「どのようなものがご希望ですか?」と大まかな投げかけをするのでもなく、相手の知識や経験を判断しながらコミュニケーションの壁を取除いていく。お客様の真意を聞き出してニーズをお互いに明らかにしていくことが、コンペ幹事とのコミュニケーションでは必要となる。

### 2つの質問方法

限定質問 (クローズドクエスチョン)	拡大質問 (オープンクエスチョン)
答えがYES/NOになるような質問の仕方	答えが複数考えられるような質問の仕方
経験がなくても答えやすい	自分(お客様)の言いたいことが言える
特徴	特徴