

巻頭企画

お客様の心を掴む! ドライバーのための コミュニケーション術

ドライバーは荷物を届けるだけでなく、コミュニケーションを通じてお客様(荷主企業など)から信頼を得ることが重要です。さらにAIが進む現代だからこそ、「あなただからお願いしたい!」と言われる、心を掴むドライバーになる必要があります。

では、ドライバーのどのようなコミュニケーションがお客様の心を掴むのか? 今月号ではそのポイントについて、ホスピタリティマインドトレーナーである菊地麻衣子氏に解説してもらいます。

I. AI時代だからこそ求められるセールスドライバー!

物 流業界を接客業として考えたことはあるでしょうか。接客業という概念は非常に曖昧ですが、そこにお客様が存在している限り物流業界も接客業だと考えています。接客のスキルはホテルコンシェルジュや飲食店スタッフだけではなく、お客様を有する全ての企業にとって重要なスキルです。

私は接客のスキルとは、「人と人が円滑な人間関係を築く為のコミュニケーションスキル」とイコールだと考えています。このスキルを身に付けた人は仕事でお客様と良い関係を築けるだけでなく、自身の豊かな交友関係にも大きく役に立つのです。

AI化の波はBtoCのサービス業界でも顕著に影響

が出てきています。スーパーマーケットではセルフレジ化が進み、飲食店ではセントラルキッチン(大量・多品種の調理を1カ所で行う施設)での調理による店舗スタッフの削減が既に行われています。

一方、物流業界はどうでしょうか。人手不足の解決策として自動運転やトラックの隊列走行などの実験に注目が集まっています。では、ドライバーが不要になるのか? という私はそうは思いません。むしろ「人」が「人」を求め、「人」である「ドライバーにしかできないサービスの価値」が上がるのではないのでしょうか。そのためには、ドライバーは「人」にしかできない心地良いコミュニケーションを身に付ける必要があります。

II. 心を掴む! ドライバーのコミュニケーションスキル

コ ミュニケーションスキルは、「持って生まれたもの」と思われている方が多いのではないのでしょうか? それは誤解であり、運転の基本を習えば運転ができるように、コミュニケーションスキルも方法を知れば活用できるのです。

コミュニケーションの基本をしっかり身に付けたい先には、それぞれのドライバーらしさが発揮され、顧客から「この人をお願いします」と選ばれる存在になれる

でしょう。こうした選ばれる存在になることがお客様の定着につながり、売上安定の鍵を握ります。

素晴らしい対応を受けたお客様の満足はもちろん、ドライバー自身もコミュニケーションに自信を持ち、企業の売上安定も図れる、三方よしのコミュニケーションスキルを身に付けられるよう指導していきましょう。以下に具体的なポイントをまとめましたので、実践してみてください。

実践! コミュニケーションスキルをマスター!

Point1

明るい表情と視線合わせが大切

コミュニケーションが苦手という人の多くは「何を話したら良いかわからない」と言います。しかし、皆さんの話の内容が面白いかどうかは、コミュニケーションには関係ないのです。

人の印象というのは9割が視覚・聴覚情報で決まると言われており、ある人材派遣会社が行った2千人のお客様を対象とした、営業職の第一印象に関するこんな調査があります。第一印象が「良い」と判断した基準の第1位は「表情の明るさ」、第2位は「笑顔が自然である」。逆に「悪い」と判断した基準の第1位は「表情の暗さ」、第2位は「目線を合わせて話さない」という結果でした。そして驚くのは、7割以上の顧客がその第一印象が実際の人柄と一致したと答えたのです。「私は、表情は暗いけど根は明るい」と思っている、多くのお客様には伝わっていないのです。この内容から、第一印象に大きな影響を与えるものは、「表情」ということを理解していただけるでしょう。

明るい表情=「笑顔」は顧客に歓迎の意を表し、距離を縮めるためにとても大切なスキルです。同じ行動をしていても、印象を左右してしまう笑顔をしっかりと練習していきましょう。作り笑いでも身に付いてくると、気付くと自然な笑顔になっています。

そして忘れてはいけないのが、視線合わせです。皆さんがいくら口で良いことを言っても視線を合わせていなければ、真意は伝わらないでしょう。特に、人は自分が話している時に相手が目を見てくれないと、「聞いていない」と感じてしまいます。



笑顔は口元と目元で構成されています。まずは上の歯が6本出るように口角を上げてみましょう。口角は横に引くのではなく、上に。そして次は目元。目尻が上がり、口角が上がった状態が印象の良い優しい笑顔です。最初は作り笑いでもOK!

Point 2

思いがこもった声のトーン

声にも表情があることを忘れてはいけません。「ありがとうございます」と満面の笑みで言う時と、「申し訳ございません」と謝罪の表情で言う時では、当然声のトーンも違うはず。お客様に寄り添っているという印象を与えるために、この喜怒哀楽を声で表現することが重要です。

私がある企業研修で行った「ロボットと自分たち人間の接客を比較して、自分たちにしかできないことを考える」というグループディスカッションでは、多くのグループがこの声のトーンについて注目しました。もし何かミスがあり、ロボットが無機質な声で「申し訳ございません」と謝罪しても何も感じ

ないでしょう。顧客は言葉に思いがこもっているかを、顔の表情と共に声の表情で判断するのです。

特にその力が発揮されるのが、「電話対応」。何か手違いがあり、お客様から荷物を催促する電話があった際に、声でどれくらい申し訳なさを表現できているか、再配達依頼の電話にどれくらい明るい声で応えることができているか、今一度会社の電話対応を見直してみてください。残念ながら再配達の依頼に対し露骨に不快な声色を出す人がいますが、いくら言葉では「Yes」を言っている、明らかな「No」のトーンでは心の内がお客様に伝わってしまいます。

Point 3

相手の名前を呼ぶ

お客様をリピーターにするために有効なコミュニケーションスキルは、「お客様の名前を呼ぶこと」です。二人きりで挨拶や何か会話をする時には名前を呼ばなくても相手に言っていることは伝わります。しかし、その時に「こんにちは!」ではなく「○○さん

こんにちは!」と頭に名前を付けたり、「○○さんの言う通り~」と会話の中で名前を挟みます。そうすることで、お客様を尊重している印象を与え、ラポール(相互信頼)が形成されやすくなります。

Point 4

お客様に興味を持つ

お客様とプラスアルファのコミュニケーションをすると、印象に残り、親近感が湧いてきます。天気のことでも良いし、「髪の毛をお切りになりましたか?」「最近お忙しいですか?」など目に入ったこと、気付いたことを口に出すだけでも良いのです。

そして、お客様が喜ばれるのは前回までに話した些細なことを覚えているということ。例えば

「出張はいかがでしたか?」、「お子さん入園式だったんですね!おめでとうございます」といった具合に伝えれば「そんなことまで覚えてくれていたんだ」とお客様は感動されるでしょう。こういった会話をするためには、お客様に興味を持つことが何よりも大切な第一歩です。

Point 5

言いにくいことの言い直し

お客様とやり取りをしていれば避けては通れないのが、「お断り」や「お願い」でしょう。お客様が“断られている”という印象すら感じさせない「お断り」と、気持ち良く受け取ってもらえる「お願い」のポイントは次の通りです。

「お断り」の場合、まずは最初に感謝を伝えることです。お客様から実現不可能なお願いを受けたとしましょう。その時に「これは難しいですね」といきなり断ってしまえば、「そんなこと分かっているんだ!」と怒らせてしまうかもしれません。その時に、「ご依頼をいただきありがとうございます。生憎~」と伝えたら、「やりたい気持ちは山々なのですが…」

という気持ち伝わりやすくなります。

「お願い」も同様です。お客様の連絡不足で困っている時には「いつもご利用ありがとうございます。指定時間のお戻りが難しい時には~」と感謝の言葉の後にお願い内容を続けてみましょう。

また、お断りの最後には「代案の提案」を必ず行います。「大切なお荷物のご依頼をいただきありがとうございます。生憎、明日午前到着はこの時間ではご指定いただけません。○○という方法をご利用いただければ、明日の午後には到着します。いかがでしょうか?」といった具合です。実際に代案を利用しなくても、こちらの誠意は伝わるでしょう。

Ⅲ.「ホスピタリティ醸成」に向けた指導時のポイント!

企業の目的はそれぞれだと思いますが、私たちはサービスを通し、お客様に喜んでいただければ、存続ができません。

では、お客様の気持ちを思いやった対応=ホスピタリティはどのように醸成されるのでしょうか。それは「自分で考える」習慣をドライバーに持ってもらうことです。そのためには、一歩踏み込んだ対応をすることを容認し、それに対し、良くても悪くても反応をあげましょう。

例えば、お客様に業務外のことを依頼され、時間内で対応できるからと一歩踏み込んだスタッフがいたとします。その時に、もし上司から「余計なことではなくて良いんだよ!」と頭ごなしに叱られたら、そのスタッフはもう二度とお客様に喜んでいただくために、自分で考えて行動しようとは思わないでしょう。その対応が

間違ったものなのであれば、チャレンジしたことを褒めた上で、どうして駄目だったのか理由を明確にすること。良かったのであればしっかりと褒めてあげましょう。それを繰り返していくうちに、臨機応変な対応力というものが身に付いていくでしょう。

ドライバーも含め接客業というのは基本的に1人きりで行う仕事です。そのため、お客様が「あなたのこういうところが良い/悪い」と言ってくれなければ、私たちはモチベーションを保つことも、自分の間違いに気付くこともできません。そこで、スタッフの対応を見える化し、社内を確認し合える仕組みも必要です。またお客様アンケートをとるのも良いでしょう。

会社を一步出て、誰も見ていないところで良い対応をし続けることは容易ではありません。それを見える仕組みにすることでモチベーションを維持していきましょう。

菊地麻衣子(きくち まいこ)

日本航空で国際顧客室乗務員として勤務後、高級会員制ホテルのコンシェルジュとして従事。独立後は接客とメンタルヘルスをテーマに、研修・講演・コンサルティングを行っている。著書に「「イヤ!」と言ってもごじれぬ、嫌われない!ちよいとい「言い直し」と「振る舞い」」、「絶対に身につけたい!本物の接客(共に明日香出版社)」。