

平成20年 2月

サービスとは～PART ～

所長 稲垣 一則

友人が家建て、趣味が高じて地下に7坪ほどの音楽スタジオまで造ってしまいました。そこで機材を揃えるべく、楽器類の選定と見積依頼に5件の楽器店を廻った時の話・・・。

A店・・・いろいろ試奏させてもらい、機材の説明も受け、見積提示まではスム－ズに行く。しかし値段の交渉となると頑なになり、それでは「ポイントを前倒しにする」として再提示されたものの、「特別にしてあげてる」とのやや高慢な雰囲気を感じる。一応機材の目安はついたのと、ポイント前倒しの説明が腑に落ちず、辞す。

B店・・・A店と同じ会社の別店である。リストアップした機材の見積を依頼する。同じ会社だけにA店と値段的には変わらないものの、「購入されるときに、二回に分けられたら如何でしょうか。そうすればポイントが有効に使えます。」とのアドバイス。他店の情報もお知らせ頂ければ金額も再考させていただきます、との一言にも好印象。同じ会社でこうも違うのか・・・。

C店・・・大手メ－カ－の楽器店。見積の依頼をしたところ、スタジオの広さ等々を逆質問され、「それであれば、ベ－スアンプは出力のより大きいものの方が音の通りはいいでしょう、PAも若干パワー－不足かも・・・」等々のアドバイスがあった。それらを考慮して後日3種類の見積書が送られてきた。

D店・・・老舗楽器店。上記と同じく、リストアップの機材一覧を渡し、見積依頼をする。対応は真摯であった。内容についてのやり取りはなし。

E店・・・老舗楽器店。事務的な対応で、やり取りもなし。

さてその選定である。5店とも老舗楽器店であり、在庫も豊富、担当者の専門知識もあり、ハ－ド面での優劣はつけがたいものがあった。ならば・・・、ユ－ザ－から見ればC店の対応、客の立場に立った説明、指導が好感度を高めたものの、見積は一番高い金額が提示された。金額が一番低かったところはE店であったが、結果的にはポイント利用による割引のあるB店と大手メ－カ－のC店に絞られた。両店の担当者に共通するものは、自らユ－ザ－の立場にたつての、いわば「当事者感覚」をもったサ－ビスを提供するところであり、今回、金額の差が結構あったため（3万円強ほど）B店になったものの、対応のサ－ビス如何により、ユ－ザ－の満足度は揺れ動くものである。

その翌日のこと、家族ら4人で家の近くの蕎麦屋さんに食事に行きました。注文した「鴨なんば」を仲居さんがテ－ブルに置きかけたそのとき、手が滑ったのか、器をひっくり返してしまい、家内の膝と下に置いていたコ－トに汁がかけられ、麺は床にドバツとこぼれるという始末・・・。「鴨なんば」といっても、一品1,500円というお値段。4人で都合8,000円あまりの食事代であり・・・で、どうなる、と思いきや、店主、スタッフの丁寧なお詫びとクリーニング負担、そして代金は不要の措置。この対応はお見事であった。

タイミングよく、1月26日号の「週間ダイヤモンド」は「恐怖のクレ－マ－」特集。クレ－マ－を11類型に区分し、企業や学校、病院への強烈なクレ－ムを紹介している。一方、こうしたクレ－ムに対応するため、「非があれば素直に謝罪する」「正確にメモを取る」等々7つの心得も載せている。「今日のトラブルは明日の感動サ－ビス」とするザ－リッツ－カ－ルトンの例をあげるなど参考になること多し。