

顧客心理から見るCS向上とカスハラ対策

ねらい	CS（顧客満足度）の考え方、クレーム発生の心理、カスタマーハラスメントの判断基準を確認し、顧客対応力の向上と従業員を守る対応の両立を目指す研修です。 ■ 事前期待と実績のギャップから、満足・不満・クレーム発生の仕組みを理解する ■ 初期対応・部分謝罪と、不当要求への判断基準・予防策を確認する
対象	顧客対応部門所属の方
所要時間	3時間
担当講師	

【プログラム】

プログラム	項目	手法
CSと顧客心理の理解	・CSとは（Customer Satisfaction／顧客満足度） ・事前期待と実績から生まれる評価結果 ・伝道者と暗殺者 ・顧客満足度を高める視点 ・顧客と売り手の関係	講義 ワーク ディスカッション
クレーム心理と初期対応	・怒りのメカニズム ・クレームの捉え方 ・視点の当て方 ・初期対応の重要性 ・やってはいけない対応例／NGワード	講義 ワーク ディスカッション
カスハラ定義・判断基準と対策	・カスタマーハラスメントの定義 ・具体的な状況10選 ・要求「内容」が不当なケース ・要求「手段・態様」が不当なケース ・予防策、対策	講義 ワーク ディスカッション

※プログラムや項目は、貴社と打ち合わせしながら、変更してまいります。

顧客心理から見るCS向上とカスタハラ対策

【概要】

1	顧客心理から見るCS向上
■ CSとは、Customer Satisfactionの略称であり、顧客満足度のこと。 ■ お客様の事前期待と実績から生まれる評価結果として、満足・不満・リピート・離反が分かれる。 ■ 顧客満足度を高めるには、まずマイナス要素を0にすることが重要。購入後も顧客を大切にする姿勢が求められる。	
2	クレーム心理と初期対応
■ 「お客様自身の期待水準」を大きく下回った時にクレームが発生する。 ■ 不平・不満は、気づいた事を伝えた、困っていて助けてほしい、期待していたからこそ腹立たしい、という気持ちがスタートであることが多い。 ■ 初期対応はスピードと部分謝罪が重要。対応の悪さから問題が大きくなる。	
3	カスタマーハラスメント判断基準と予防策
■ カスタマーハラスメントの定義と、命令口調・無理な要求・不当な拘束等の具体的な状況を確認する。 ■ 要求「内容」が不当な場合、または要求「手段・態様」が不当な場合の判断基準を学ぶ。 ■ 不当要求には毅然と対応し、複数名対応・情報共有・対応マニュアル作成や勉強会につなげる。	