



おもてなし電話でお客様に感動を

繁盛店もまだ知らない
究極の接客術
「おもてなし電話」

ファンを増やしたい店舗経営者様へ

導入企業
150社
450拠点突破!

公財 まちみらい千代田主催
平成27年度 第8回
千代田ビジネス大賞
特別賞



おもてなし電話®シンカCTI

おもてなし電話®の誕生

お客様へのサービス向上のために確実に重要な接点となる電話対応。

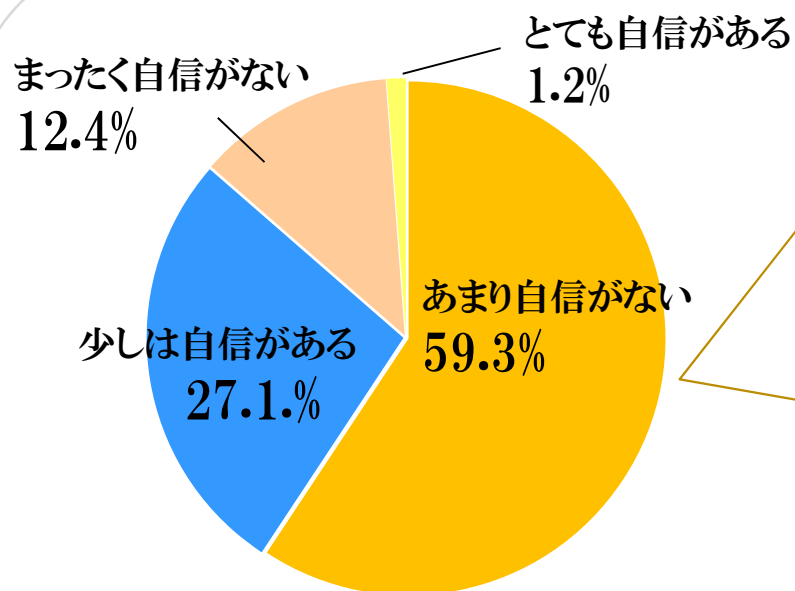
すべてのお客様を特別なお客様として最上級の電話接客をしたいという思いがあっても、そのためのシステム開発には、高額な予算が必要でした。

しかし、クラウドの登場により、低予算で特別な電話対応ができる画期的な受電専用システムが開発されました。

それがおもてなし電話®です。

電話対応の問題点・課題

～社員・従業員の不安～



電話対応に自信がない人は7割強
～顧客獲得機会の損出 と 既存顧客の流出～

AIDEMビジネスマナーに関する意識調査より
3,068名の正社員、契約社員、派遣社員、
パート・アルバイトにアンケート実施

【スピード感ある対応が出来ない】

- 電話口で顧客情報を調べるのに時間がかかるので、一度切ってから折り返している
- お客様が名乗らなかったのに、聞き直したが、早口で聞き取りにくく、何度も聞いていたら怒られた。
- 代表電話にかかってきた電話に対し、担当者が分からずにたらい回しにしてしまいクレームになった。
- 迷惑な営業電話を見抜けない新人がやたらに社員に繋いでしまうので、顧客の電話対応が後回しになることがある。
- 保留時間が長くなってしまい、「だれがこの通話料を払っていると思っているの！」と厳しく叱られた。

【正確に対応できない】

- 前回の会話を覚えておらず、わかったフリをして不信感をもたれた。
- 常連客の好み、嫌いなものがスタッフによってうろ覚え、新人は全くわからない。
- 前と同じものを買いたいと言われてもわからずに売上を逸した。

電話対応の問題点・課題

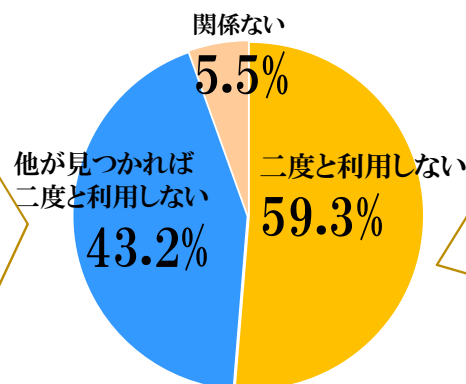
～顧客の声～

Q.利用2回目以降の電話で悪い印象をもった企業(店舗)について利用は続けますか？

～初回リピート以降、顧客の9割が電話対応に不満を感じている～

「他が見つかれば二度と利用しない」と思った理由

- いつも電話に出るのが4コール以上でうんざりする。
- 何度も予約しているのに、初めての人と同じように注意事項をくどくど言われ面倒。
- 常連なのに店長以外、ふさわしい対応をしてきていないのが不満。
- しょっちゅうスタッフが辞めるらしく、新人が出るたびに質問されるのが嫌だ。



AIDEM ビジネスマナーに関する意識調査より

「二度と利用しない」と思った理由

- 前回の予約情報を調べるだけに3分以上待たされ腹がたって切ってしまった
- 担当者でないと分からないと言われ、6時間後に折り返しが来た。
- 新人らしく、不親切で雑な対応。早く電話を切ったそうで「無いな」と思った。
- 当たり障りのない答えで逃げられた。こちらにとって一番の提案をしてほしかった。
- 前回に出た店員に聞いた話とまったく違うことを言われてこの店は信用できないと思った。

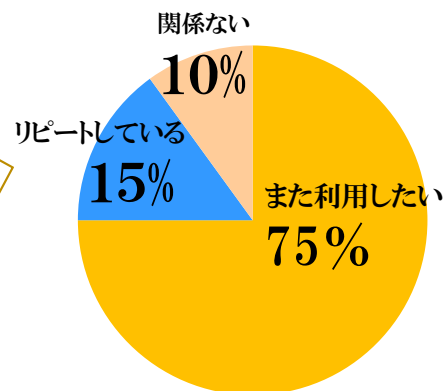
6割弱が離反、4割強が離反の意向を持っています。

電話対応の好評価 ～顧客の声～

Q.利用2回目以降の電話で良い印象をもった企業(店舗)について利用は続けますか？
～初回リピート以降、顧客の9割がリピートまたはリピートしたいと考えている～

「リピートしている」理由

- 誰が出ても対応のクオリティが同じで感じが良い。
- 顧客の嗜好をわかった上で旬の提案してくれる。
- 過去の注文を踏まえてメンテナンスのアドバイスをしてくれる。
- どの店員にも自分だけのオリジナル仕様の相談ができる。
- 家族全員それぞれの好みをわかってサービスしてくれる。今は個々でも利用している。



当社ITソリューション部 調べ

「また利用したい」と思った理由

- 電話にすぐ出てくれて気分がいい。
- 保留時間が短く良い印象を持った。
- すぐに調べてきちんと答えてくれると安心する。
- 1回しか利用していないのに常連のように大事に対応してくれた。
- 久しぶりに電話したのに以前利用していたことをわかっていて丁寧に対応してくれた。
- 説明しなくても前回の情報を踏まえて会話ができた。

7割強がリピートの意向、2割弱が定着しています。

電話対応の重要ポイント

つまり、電話対応における課題の解決、および進化に向けては、以下の4項目が重要となります。

- 1.迅速である 【お待たせしない対応】
- 2.正確である 【安心と信頼を生む対応】
- 3.親切丁寧・特別感がある 【気配りのある気持ち良い対応・特別で親身な対応】



「おもてなし電話®」こそが、これらを可能にします。

シンカCTI「おもてなし電話®」とは

「おもてなし電話®」とは、電話の着信の瞬間にパソコンやタブレット、スマートフォンに、蓄積した顧客情報が表示される、受信専用のシステム、サービスです。

不要な機能を排除し、安価で導入可能。操作方法もシンプルです。

2014年8月のサービス開始から1年で導入業種30以上、導入企業150社、450拠点突破、解約率0%！！



鈴木 一郎	電話番号: 0399997777	前回着信日: 2016年04月08日	着信回数: 235
スキ イチロウ	性別: 男	生年月日: 1985年1月1日	顧客状況: 良好
	住所: 東京都杉並区	ネットめいわく情報: 該当なし	自社めいわく情報: 該当なし
画面ロック(解除F5キー)	前回来店日: 2015年6月15日	前回来店コース: 5,000円松コース、赤ワイン タンクレディ	予約日: 2015年7月23日
迷惑電話チェック	予約時間: 19時~21時	予約人数: 3人	予約コース: なし
登録修正	連絡先_氏名: 鈴木 一郎		

固定項目

- ①氏名と電話番号
- ②写真・画像の表示
- ③前回の着信日とトータル着信回数
- ④顧客の基本情報
- ⑤めいわく情報の表示

自由項目

- ⑥前回来店日
- ⑦前回のコース
- ⑧予約状況

すぐにできる感動の電話接客

1

「お名前」を呼ぶこと

電話着信と同時に、受話器を取る前から、どなたからの電話なのかパソコンやタブレットに表示されます。

そのまま、表示された顧客情報を見つつ電話対応できるので、顧客データベース閲覧のための別ソフトを立ち上げたり、紙の台帳を調べたりする必要はありません。



どちらのお客様から電話がかかってきたのかを把握した上で電話を取れます

「鈴木さま、いつもお世話になっております！」とお名前と呼ぶことで、お客様は特別感を感じます。

自分のことを名前で呼んでくれることは非常にうれしいことです。「このお店は自分のことを良く分かってくれている」と感じ、ファンになってくれます。

「みなさん」ではなく、「あなた」という対応が、お店のファンを作ります

改善・成果事例

ご利用者様の声

導入2週間で効果を実感！感動したお客様が来店される！

お寿司 様 の事例

おもてなし電話を導入したその日から、電話着信時に、お客様の名前を呼ぶことを徹底しました。導入して2週間ほどたったある日、30代のカップルが来店し、カウンターに着席されました。男性が隣に座った女性に、「俺さ、このお店の常連になっていてさ。電話したら名前を呼んでくれるんだよね」ととても嬉しそうにお話されていました。しかし、カウンター内で料理を作っていた誰もがその人を知らないのです。おそらく、まだお店には数回しかいらっやっていないので、スタッフが顔と名前を覚えるほどの常連様にはなっていないのですが、予約の電話時に名前を呼んだことで、お客様は非常に満足されたのでしょう。これにはスタッフ全員驚きました。

まだお店には数回しか来店していないリピーター様でも、予約時に名前を呼ぶことができます。名前を呼ぶことで、お客様にとっては特別感を感じていただけます。

アルバイトスタッフでも見事な電話対応でお客様から感謝の言葉をいただいた！

焼き鳥屋 様 の事例

これまでは、常連様からの電話がかかってきた時、店長やベテランスタッフであれば、「●●さん、いつもありがとうございます！最近は何にも行っているのですか？」など、名前を呼ぶだけでなく、趣味の話もでき、非常にいい関係を築けていました。このおもてなし電話を導入したら、お客様の情報がすぐに、しかも誰でも分かるようになりました。ある日、アルバイトスタッフが電話を取ったときに、画面に表示されている情報を見ながら、名前を呼んだり、好みの話をしました。後日、そのお客様が来店されたときに、そのアルバイトスタッフに向かって「この前の電話は気持ちよかったよ」とお声がけをいただいたのです。そのバイトスタッフは非常に喜び、日報でその感動を店長に送ってきました。

お客様に気持ちのいい電話対応が、ベテランスタッフだけでなく、新人やアルバイトスタッフでもできるようになります。

さらに上級のおもてなしでファン作り

2

親切丁寧・特別感のある対応 【気配りのある気持ち良い対応ができる】

顧客情報を踏まえて、それぞれのお客様ごとに配慮や心遣いのある特別な対応が可能となります。電話対応をする際にも余裕が生まれ、サービス向上への意識が高まります。

前回来店情報	: 2015年9月15日 5名
前回注文コース	: 女子会コース ¥4,500
次回予約	: 2016年2月10日19:00 9名
好み	: オイスター盛り合わせ
座席	: 必ず禁煙席
来店動機	: 友人の誕生会での利用が多い
アレルギー	: 香草が苦手

前回利用時が分かるので、それに合わせた対応、お声掛けができる。
「3ヶ月ぶりですね！」

過去の注文内容や、購入履歴、お客様の嗜好、背景が分かっていると
そのお客様だけに向けた対応ができ、特別感が与えられる

「禁煙席をお取りしますね」

「料理からパクチーを抜いておきましょうか？」

お客様は、自分のことを本当に良く分かっているお店のファンになります。
同じことを何度も言わなくてもいい関係、これがお客様とお店の最高の関係です。

改善・成果事例

ご利用者様の声

リピートのお客さの単価が上がりました！

フランス料理店 様 の事例

前回注文したコースや、座席、好みの料理やお酒、アレルギーなどが分かっているとお客様に合わせた接客が行えることと、それを社員からアルバイトまで共有できるので、店全体で質の良い接客を行えるようになり、お客様からお褒めの言葉をいただきます。注文いただく内容も単価が上がり、売上が増えました。

リピートのおお客様月平均2～3組から一気に15組に増え、客単価3,000円から4,500円強にアップしました！

週一利用のおお客様の予約が平均2倍に

日本料理店 様 の事例

ご接待などで、週一ペースでご利用をいただく常連様からの御予約の際に、以前は予約専任担当しか対応ができなかったのですが、おもてなし電話導入後は、どのスタッフも丁重に対応でき、さらに、これまでのご利用コースの履歴を確認し、同じ料理であきないよう、都度ご提案をしたり、その日のお薦めを紹介するようにしました。

予約対応の満足度が高まり、自然と当店への電話頻度が増え、予約件数が増加しました。

常連のおお客様が月平均2組以上ご新規様をご紹介

居酒屋店 様 の事例

店内のサービスだけでなく電話対応の質を高めることも大切だと痛感しています。とくに新規のおお客様をご紹介いただいた常連様には、その都度ご紹介いただいたお客様のお名前を表示させ、ご予約をいただく際に丁寧に御礼を申し上げるようにしました。またご新規様に対しても丁重に対応するとともに、常連様との共通の話題を投げかけたりしています。

常連様、ご新規様双方に丁重に対応ができ、さらに良い形でご新規様開拓につながっていきます。

迷惑客対策も入り口でカット！

3

NO SHOW客など、迷惑なお客様の予約を未然に防ぐことができる！

無断キャンセルのお客様からの電話が分かります。だからこそ、たとえ予約があいていても「その時間はすべて埋まっております。申し訳ございません」と気持ちよくお断りすることができます。キャンセルの多いお客様の予約を取らないことが、利益改善にも重要な対策です。

The screenshot shows a reservation management system interface. At the top left, there is a red box containing the text 'NO SHOW!!'. Below this, there is a phone icon and a '迷惑電話チェック' (Check for annoying calls) button. The main area displays reservation details: '電話番号: 0399997776', '前回キャンセル日: 2016年04月02日', and 'キャンセル回数: 95'. Below this, there are fields for '性別:', '生年月日:', and '顧客状況: 予約不可'. There is also a '住所:' field. Below these, there are two fields for 'ネット問い合わせ情報:' and '自社問い合わせ情報:', both with the value '該当なし'. At the bottom, there is a red box containing the text '注意: 無断キャンセルのため、予約を取らない'. On the left side of the interface, there are two buttons: '画面ロック(解除F5キー)' and '登録修正'.

NO SHOW客は名前を知る必要はなく、「以前無断キャンセルをしたお客様」ということさえ分かれば十分です。だからこそ、目立たせるように「NO SHOW!!」と表示させると便利です。

「NO SHOW」が出たお客様は予約を取らない、キャンセル料がかかることをしっかりと納得してもらうなどの対応が、電話のタイミングでできるようになります。

どのようなキャンセルだったのかを記載すると、なぜNO SHOWと判断したのかが分かりやすくなります。

無断キャンセルをするお客様は、一般的に癖づいているといわれています。一度無断キャンセルをしたお客様の予約は注意することが、仕入れた素材を無駄にすることなく、テーブルをお客様で埋めることができる一つの重要なやりかたです。「NO SHOW」と表示されるため、新人でも誰でも対応できます。

改善・成果事例

ご利用者様の声

ウソをついていたお客様の予約を未然に防げました！

寿司店 様 の事例

年末の忙しい時期に、あるお客様から予約の確認という電話がかかってきました。「明日、6名で予約が入っているかを念のため確認したい」というお電話で、予約システムを見たのですが何も入っていないのです。そのお客様に予約が入っていないことを伝えると「1週間前に電話で予約しているのにどうしてくれるのだ」とおっしゃられました。こちらの予約漏れかもしれないので、すぐに謝罪しました。ただ、念のため、お客様に予約の電話をいただいた日時と、そのときは今おかけになっている携帯電話から電話をいただいたかを確認しました。すると、一週間前もこの同じ携帯電話で予約をしたということをおっしゃいました。そこで、ちょっとおかしいと思い、そのお客様に「大変申し訳ございません。当店では電話の着信履歴が残るシステムを入れておりまして、お客様のこの電話番号の履歴が見当たりませんか？」と尋ねたところ、いきなりガチャンと電話が切れました。おそらく予約の電話をしたというのはウソだったのだと思います。年末でお店が混んでいる中、なかなか予約が取れないので、ちょっと強引にとろうとされていたのかもしれない。このおもてなし電話サービスを入れていたおかげで、電話がかかってきた時の着信回数がすぐに分かり、今回のお客様ははじめてかかってきた電話だと分かりました。また着信履歴も簡単に検索できるから、すぐに検索して一度も電話がかかってきていないということも分かりました。

迷惑なお客様の電話を予約のタイミングでお断りできるため、ほかのお客様にもご迷惑をおかけすることがありません。

誰がとっても気持ちのいい電話対応

4

新人でも、アルバイトスタッフでも、気持ちのいい電話対応ができます

「店長やベテランスタッフが電話に出ると、自分のことを良く分かってきているので、好みやいつもお願いしていることをいちいち話す必要もなく、気持ちのいい電話対応をしてくれる」

これでは非常にもったいないと思います。

たとえば、新人であろうが、今日入ったアルバイトスタッフであろうが、ある一定以上の電話対応ができることが、お客様の満足度をアップさせることができます。

料理も一緒だと思います。今日はおいしいけど、明日は味気ないということはないはずです。いつも一定上の品質の料理を提供しているはずです。

電話対応も同じで、誰がとっても気持ちのいい対応をすることが大切です。

電話は、お客様にとって、入り口です。

総括

「おもてなし電話®」ができること

常識的な電話対応から、ロイヤルカスタマーが生まれる
特別な電話対応へ

導入予算の負担が少なく、導入後は、受電において、職務の経験知がなくても、全担当者が同じ情報量と内容履歴を共有し、個別対応が可能。

1

ブランド価値とサービスの向上(平均リピート率5%アップ、特別感のあるおもてなし対応で、ロイヤルカスタマーを創出)

2

業務効率の改善(電話対応の短縮化、迷惑電話の排除、教育の時間労力の軽減で平均25%効率アップ)

3

損失回避・コスト削減(対応の不備不満を無くしクレーム、トラブルを防止、情報共有のシステム投資を最小化)



平均売上実績10%アップ