

接客白書

vol.25
2023.Winter

特集 リモート接客最前線

リモート接客 始めました!

従来の「接客の良さ」を活かした、新しい試み!

xR Cast HoloPhone

Product by  kiwami



法律を知ればマネジメントも変わる!!
**法務
ルーム**
快適?過酷?
職場環境について

接客ステップアップ!
接客が商品の
価値を高める

接客白書

vol.25

発行: 2023年2月 編集: 広報マーケティング部 ©CHECKER SUPPORT CO.,LTD.2023
発売元: 株式会社 チェッカーサポート 〒135-0047 東京都江東区豊岡2-9-11 Tokyo Monnaka Village 4F TEL.03-5646-1158



タブレット・スマートフォンを利用した、
多言語映像通訳「みえる通訳」



英・中・韓・タイ・ロシア・ベトナム・ポルトガル・
スペイン・フランス・タガログ・インドネシア
ネパール・ヒンディー
13カ国語に対応。
定額で利用できる映像通訳サービス。

対応言語



手話通訳を標準提供

聴覚障がい者の
お客様対応が可能になる
手話通訳(日本手話)に対応



こちらから
メールフォームに
直接アクセス
できます。

ご相談はお電話・メールフォームから
みえる通訳にご興味があるお客様はぜひ一度お問合せください

TEL 03-5646-1158 担当:千葉まで

※「みえる通訳」は株式会社テリロジーサービスウェアの登録商標です

株式会社 チェッカーサポート

笑顔で日本を元気にします!

札幌営業所 青森営業所 仙台営業所 静岡営業所 名古屋営業所 三重営業所 大阪営業所 広島営業所 北九州営業所 福岡営業所
沖縄営業所 渋谷研修センター 浦和BPOセンター 東京本社

Checker Support
HP



特集 リモート接客最前線

リモート接客 始めました！

xR Cast HoloPhone
Product by  kiwami



従来の「接客の良さ」を活かした、新しい試み！

アバターを通じ、リアルタイムで 応対をする「リモート接客」

リモート接客とは？

長期化する感染症による影響で、あらゆる非接触応対が注目されています。小売流通業界でも店頭や受付など対面接客が必要な場面で「リモート接客」へのニーズが高まってまいりました。リモート接客ではアバターを通じてリアルタイムにお客様の応対をすることが可能です。これにより売場に人員を常駐させる必要がなく、非接触のオペレーションを実現できます。

当社リモート接客の強み

当社が取り組むリモート接客の強みは、当社が小売店におけるレジ業務をアウトソーサーとして長年運営していることです。

そのためレジやお店についてのさまざまな業務に精通しており、お客様への対応方法がわかります。小売店の業務についての知見が不足しがちな通信系コールセンターなどでは、当社ほどお客様に寄り添った接客の実現は困難でしょう。

また、お客様のニーズの聞き出し方やご相談の承り方、印象の良い受け答えは、レジやサービスカウンターでの対人接客業務を行なっている当社が得意としている領域ですので、心の通った接客をお約束いたします。

接客の会社 だからできる、 次世代の接客！

仕組み紹介  CHECKER SUPPORT ×  kiwami
チェッカーサポートの接客とkiwami社のシステム

kiwami社のVR 店員ソリューション「xR Cast HoloPhone」(エクスアールキャスト・ホロフォン)は、タイムレスな通信・映像技術を駆使したアバターを活用した有人のリモート接客を実現するシステムです。一方、当社はレジ接客や免税店業務をはじめ、店舗運営一括委託やセールスプロモーションなど

のアウトソーシング(業務委託)分野において豊富な取引実績と人材教育・運営実績があります。今回、kiwami社のシステムと当社の接客ノウハウを掛け合わせることで、心の通うリモート接客・顧客体験を可能にしました。



リモート接客の魅力と これからの可能性

アバターはどんな身近な存在になっていく

アバターのメリット

ブランドイメージを統一しやすいことが挙げられます。接客をするオペレーターが複数人いる場合でも、アバターであれば容易にイメージを統一することが可能です。

そして最も重要なメリットが省人化です。1人のオペレーターが複数店舗のサービスカウンター業務などを行うことができます。すでに導入いただいている企業様では、実際に少人数での複数店舗対応を可能にしています。

から戸惑いを感じられることが少なくありませんでした。しかし近年ではメディアでの露出や生活圏で触れる機会が増えたことにより、身近な存在へと変容してまいりました。

中にはwebを通じて相談ごとをするなら対人よりもアバターの方が気軽に声をかけられる、という声も上がってきています。これからの時代はアバターを通じた接客やサービスがさらに進展していくと考えられます。

**アバターの方が
気軽に声を
かけられる！**

POINT

ブランドイメージを統一しやすい!

オペレーターが何人もいる場合、イメージの統一化が簡単にできます。

省人化できる!

1人のオペレーターが複数店舗のサービスカウンター業務などを行うことが可能です。



活躍の場はいろいろ!

セルフレジやサービスカウンター、各売場といったロケーションでの商品説明、お問合せ、相談窓口など、あらゆるシーンで活躍が期待されます。

- 総合受付/ インフォメーション窓口
- サービスカウンター
- 試飲/ 試食/ 試食デモンストレーション販売
- 売り場案内/ 商品案内
- ホテル/ 宿泊施設フロント
- カウンター接客業務
- セルフ端末操作サポート
- Webサイト/ECサイトなど



「中の人」に聞いてみました!
実際にアバターのオペレーターとしてお仕事をされているスタッフにお話を伺いました!

接客の新たなステージ

「接客」を付加価値とし、お客様に喜ばれる接客を追求してまいりました。そのノウハウを活かし、現在は店舗活性化のためのDXソリューションにも力をいれています。

時代とともに接客スタイルが変容していく中でも、今後も当社は接客のプロフェッショナルとして、笑顔の顧客体験を引き続き提供してまいります。

お仕事の流れを教えてください

いつお問い合わせをいただいても良いように待機し、実際にお客様がいらっしゃったときに対応を開始します。対応後は、どのような対応をしたか全て記録しています。例えばお店に対してのご意見などは整理してとりまとめ、店舗様へフィードバックを行います。



心がけていることや工夫はありますか?

うまくやりとりが進まない場合や操作に不慣れなお客様であっても「優しい声で丁寧な対応」を心がけています。

高齢の方はアバターに対してまだ違和感がある場合も多いので、なるべくアバターを積極的に動かすようにしています。身振り手振りや、表情を変化させたりなどのモーションを活用して、親しみやすいイメージを持っていただけるように心がけています。



もちろん
笑顔の接客も!

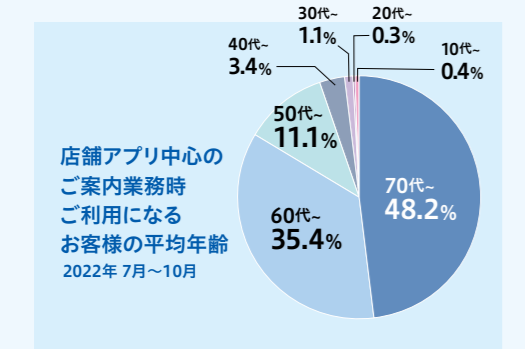
どんなお仕事をされていますか?

お客様にアプリのログイン方法や新規登録方法を説明するカウンター業務です。レジでアプリの使い方を尋ねられたお客様がそのまま私たちのところへいらっしゃる事が多いです。

すでにお店やレジのイメージがついているからこそ、細部の説明ができるということも多くあります。

1日に何人くらい対応していますか?

6人のオペレーターで約50店舗対応しており、日によって異なりますが、40人から120人くらいのお客様とお話しします。お客様1人当たりの平均的な接客時間は18分程度です。案件によっては1時間以上対応することもあります。店舗アプリ関連が中心のご案内業務では、ご利用されるお客様の年代は50代以降の年配の方で、そのうち60代以上のお客様が85%くらいの割合を占めています。



業務で大変なことはなんですか?

決められたマニュアルに沿ってご案内が完遂できる時はスムーズですが、実際はお客様によって臨機応変な対応とコミュニケーション能力が求められます。また店舗にかかわる情報など、事前に知り得ておかなければいけないことが多い為、すみずみまで勉強し、把握しておくことが大変です。その為オペレーター同士で知識や知恵を持ち寄り、助け合って対応することも多いのでやりがいや楽しさも感じられます。

お問合せ・ご相談はこちらから!

メールフォーム TEL 03-5646-1158

リモート接客にご興味があるお客様は、ぜひ一度お問合せください

担当:小泉まで



花で職場を彩る

花や植物は人の心に様々な「プラスの働きかけ」をされると言われています。ただそこにあるだけで、心が落ち着いたり、癒されたり、元気をもらったり…。

時にはおしゃやかな空間を演出したり、大切な人へ気持ちを伝えるアイテムにもなります。意外にも奥深い花言葉の世界に、コミュニケーションの花が咲くことも。

- 「おつかれさま」
- 「ありがとう」
- 「がんばろう」

こんな気持ちを素敵な花たちにして、職場を彩ってみませんか？

スイートピー

花言葉：門出/優美/ほのかな喜びなど

新たな門出を祝うスイートピー

ひらひらとした花びらと、ほのかな甘い香りで春を告げるスイートピー。

春咲きタイプのは1月から4月に最盛期を迎えます。

日本では「門出」という花言葉で知られていますが、海外では「素敵な時間があります」という表現をするそうです。

春は多くのスタッフの方々が卒業や新たな出発を迎える季節です。期待と不安でいっぱいの子供や新社会人たちの門出をお祝いするとともに、一緒に働いた時間に感謝する意味を込めて、職場に飾ってみてはいかがでしょうか。



接客ステップアップ! 第12回

接客が商品の価値を高める

お店の接客技術をさらに向上させるためのコーナーです!

トレーナーやベテランにとっては当たり前でも、意外とスタッフが知らないこともあるのかも…!? スタッフ指導をしたり、若手社員に改めて説明するときの一例として、参考にしていただければと思います。

コロナ禍の影響もあり、昨今ではECサイトを活用した購買が広がりをみせています。経済産業省の発表によると、日本のB to Cにおける物販のEC市場は約13兆2865億円(※1)でした。物を手にする有効な手段としてECサイトによる購買が世の中に浸透している中、リアル店舗の価値や明確な差別化にお悩みの声が多く聞かれるようになってきています。

(※1：経済産業省 令和3年度電子商取引に関する市場調査報告書)

まずはECサイトにはないリアル店舗のメリットをいくつか挙げます。

- ・商品が直接手に取れ、判断できる
- ・即時に商品を手に入れることができる
- ・店舗でしか買えない商品が購入できる
- ・意図せず購入したくなる商品に出会える
- ・良い接客応対を受けられることができる
- ・有益な情報が聞くことができる

リアル店舗を利用する背景にはこのように様々な理由がありますが、本稿では主に店舗で働く人々、スタッフの接客に焦点を当てます。

ECサイトとの明確な差は、商品価値に接客という付加価値が加わった顧客体験を提供することで生まれ、リアル店舗の優位性を高めます。そのためには何故良い接客をしなければならぬのか、また接客をすることが業務の一部であるという前提で日頃から教育、学習を行っていることが大切です。本稿が日々接客指導に当たられてい

る方々にとって、改めて指導の知見を深める機会としてお役に立てれば幸いです。

接客を含めた商品の価値

特に高額の商品販売に多く見受けられますが、商品の価値に見合う接客を行うことが求められるケースです。

高額商品を取り扱うスタッフは、ブランドイメージや商品の品質を損なわない為に接客や笑顔、礼儀や所作を徹底して高水準に保つよう統制されており、接客応対を含めてその商品の価値であるという評価を受けます。裏を返せば商品の価値を損なわないための接客であり、「高水準な接客であって当

然である」という認識を顧客から持たれています。これを地域にある多くの小売店に当てはめてみると、商品単価が低くなるに連れ接客や応対の質がスタッフの意識と共に下がる傾向にあります。店舗によっては接客に関する品質をほとんど意識していない場合もあります。このような状況が長く続いた場合、商品の価値はあくまで商品から評価され、スタッフの意識改革も極めて困難になります。会社の理念やルールとともに「何故よい接客をするのか」という原則をスタッフへ教育しておけば、単価の低い小売店であっても商品や次回来店への「付加価値」を多くつけることができます。その原則を項目ごとに挙げていきます。

接客品質に対する意識

株式会社
チェッカーサポート
CS部 部長 中村浩二

リアル店舗にしかない「付加価値」が必ずあります!

「付加価値」の作り方

- 1 お客様へ感謝する**
自店を選び、わざわざ足を運んでいただいたことに感謝する。
- 2 お声がけをする**
お客様の存在に気づき、一言お声がけをする。
- 3 お客様を覚える**
再来店のお客様に気づき「いつもありがとうございます」と配慮した挨拶をする。
- 4 コミュニケーションの機会を逃さない**
お客様からの質問はコミュニケーションのチャンス。スムーズにお応えできるようにしておく。
- 5 お客様の声を受け取る**
特にお客様の声BOX(ご意見箱)の運用はしっかりと行う。
- 6 知っていただく売り場づくりをする**
清潔で明るい内装や照明、陳列、販促ツールなどのインスタプロモーションを意識する。

① お客様へ感謝する

お客様は来店して当たり前、混雑は当然と思い、お客様を機械的にさばくように対応してはいないでしょうか。わざわざお店まで足を運んでいただいたことに感謝する気持ちを持たせま。お店の売上があるからスタッフの給料が発生する、という循環を説明するとわかりやすいでしょう。

② お声がけをする

売場にいるスタッフ一人一人が歓迎の気持ちを持ち、ご来店されたお客様に接近した場合はご挨拶するようにしましょう。

お客様がレジに行くまでにスタッフと幾度となくすれ違っても「いらっしやいませ」のお声がけがないというケースは私自身もよく経験します。忙しい時であってもお声がけだけは忘れずに行うことが大切です。

このお声がけの姿勢は指導者の方や管理者の方など上の立場の方が率先して行うことでスタッフのお声がけ習慣につながります。

ことはもちろんですが、特にお客様の声BOX(ご意見箱)の運用はしっかりと行いましょう。

返信が無い、返信内容が雑、回収が不定期、回答をどこに張り出しているかわかりづらいなど、折角のコミュニケーションの機会を逸している光景が見受けられます。

早期にきちんと対応することで、「伝えれば返してくれるお店だ」という印象を持っていただけ、多くの声が集まる店舗になります。

③ お客様を覚える

商売が繁盛していくための要素として、お客様を覚えるということも重要な項目です。小売店では多くのお客様がご来店されるため限界はありますが、その意識が持っているからこそお客様に向き合った接客を行うことができます。その印象はお客様にも残り、また同じスタッフの接客を受けたと思うようになります。そこで「いつもありがとうございます」をお声がけすることが接客で常連客を増やしていく基本となります。

また混雑時には新規顧客が多く来店されている場合もあり、常連客を獲得する大きなチャンスとなります。

④ コミュニケーションの機会を逃さない

お客様は店内でどの商品を購入するか迷われていることが少なくありません。そのお店で何が一番良いのか、どれを購入すれば良いのかなど把握されていないことが多いのです。

売れ筋商品はどれか? 関連品でオススメは何か? また商品の上手な使い方

⑤ 知っていただく売り場づくりをする

スタッフがお客様に対して「より良いものを」「より望むものを」と考え、お店のベストを知っていただき提供するからこそ、購入単価や来店頻度が上がります。そして「このお店に行けば良い情報が得られる」という期待感があれば、そのお店へ足を運ぶ理由やお買い物をする楽しさが生まれます。

リアル店舗の価値は接客によって高められますが、売り場づくりも重要な価値のひとつです。清潔で明るい内装や照明、見ているだけでわくわくするような陳列や、商品の良さを打ち出す販促ツールなどのインスタプロモーションは、お客様の購買意欲と直結します。

このように、お客様に対するスタッフの意識・考え方を高め、売り場づくりも含めた接客力を高めることで、リアル店舗の優位性も必然的に高まります。お客様への一連の対応に関する基準や基礎も大切ですが、前提として商いの基本や「何故行うのか」が理解できていないと、日々の継続には繋がりにけません。また勤務年数が長いと慣れによって感謝の気持ちが薄くなる場合があります。今一度全スタッフで接客の

や注意点は? 食品であれば美味しくいただく調理法など。生鮮食品など日によって良し悪しが変わる部門があるお店であれば尚更、専門のスタッフがお客は知る由もないでしょう。だからこそセルフストアで商品を購入する際の判断はチラシやPOPによるところも大きいですが、多くの商品がネットで購入できる時代になった今、リアル店舗での接客が見直されています。

⑥ お客様の声を受け取る

お客様あってのお店であれば、お客様がどういってお店であってほしいかという希望を知る機会として、話しかけられたときの所作は重要です。笑顔で承れるか、聞く姿勢がきちんとしているかなど、その時の立ち居振る舞いや接客の仕方によってお客様は常連客にもクレーム客にもなります。また直接ご要望や苦情をお伺いする

価値を再認識し、チームでお店作りをする意識を持たせましょう。

おわりに

繰り返しになりますが、実際の小売店では商品単価が低い業態ほど接客がおろそかになりがちです。だからこそよい接客をすることの意識を持って運営することでリアル店舗の意味が強固になり、他社との差別化や優位性につながります。お客様を失うことは簡単ですが、増やすことは容易ではありません。リアル店舗を運営する指導者として今後どのように人を成長させていくかが、企業の成長、存続に大きく関わります。物価も徐々に上がる中、「高額だからそれに相応しい接客」ではなく「安価だからこそ良い接客」を意識し、商品に人が価値をつける時代を作ります。

接客に関する意識が無い・低い、教育がマンネリ化している、指導員やマニュアルが不在である・改定されていない...という場合には外部によるサポートが効果的です。お困りのお客様はチェッカーサポートにぜひご相談ください。

第12回 快適? 過酷? 職場環境について

監修

株式会社チェッカーサポート
取締役
コンプライアンス室 室長

中田 和祥

法律を知ればマネジメントも変わる!!

法務ルーム



解説コーナー

みんなで「働きやすい環境」を構築していきましょう!

労働安全衛生法第71条の3の規定により、「事業者が講ずべき快適な職場環境の形成のための措置に関する指針」というものが公表されており、作業環境の管理、作業方法の改善、労働者の心身の疲労の回復を図るための施設・施設の設置・整備、その他の施設の維持管理があります。もちろん、アウトソーシング関係ですと当社に環境につ

ては当然一存では決められませんが、その努力をし、働きやすい環境を構築していかないとイケないということです。

