



Eメールでのクレーム対応



<研修のポイント>

- ・ お客様の心理とEメールの特性
- ・ お詫びメールのポイント
- ・ お詫びメールのストーリー



お客様からのシグナル

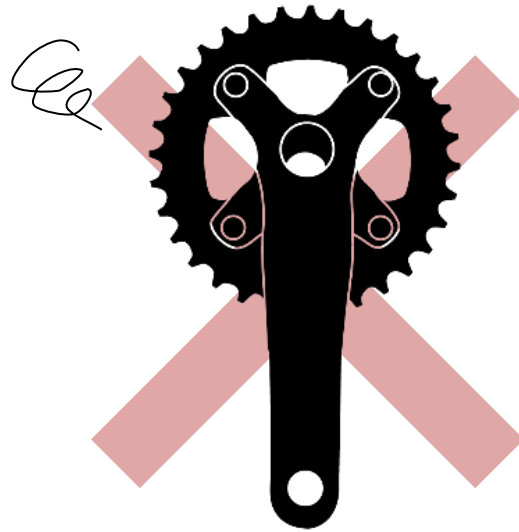
少し冷静さを
取り戻した
お客様からの

一見、クレームではなく
質問や問い合わせのように見える表現

1. 疑問形が続いたり、散見されるとき
2. 企業としての見解が求められているとき
3. お客様がすでに答えをもっているとき



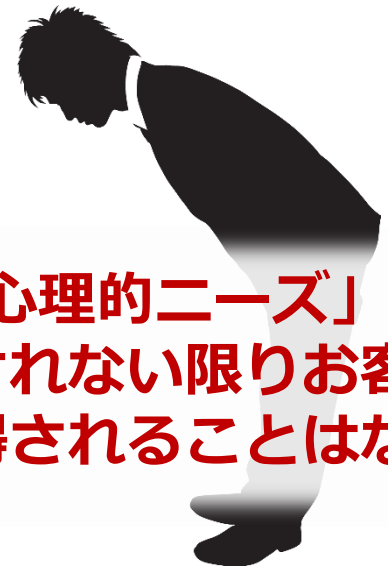
物理的ニーズと心理的ニーズ



物理的ニーズは
満たした

心理的ニーズ
(謝罪・お詫びの気持ち)

「心理的ニーズ」が
満たされない限りお客様が
納得されることはない



コミュニケーション手段の特性

	情報の種類	視覚情報 (身振り等)	聴覚情報 (声)	言語情報 (言葉・文字)
手段 コミュニケーション	対面	○	○	○
	電話	×	○	○
	手紙/FAX	▲	×	○
	Eメール	×	×	○