

美ら島便り

～あした、転機になあれ!～



紀々(きき)

1998年に早稲田大学第一文学部哲学専攻卒業後、電子オルガン奏者に。2003年にコーチングの資格取得後、企業・個人のサポートを始める。哲學家、企業研修プログラム「紀々の記」等を通じて、働く現場の元気度アップに取り組むとともに、音楽、レザークラフトなど幅広い分野で活躍中。

「ありがとう」を哲楽すると…

来店客との対話から生まれる感謝の気持ち

「ありがとうございます」

この言葉は、接客現場では欠かせない用語の一つとして、発声練習でも定番なのですが、「どうも中途半端」「形だけになっている」といった悩みの声も、よく聞きます。「連発されると、何かの宗教?」って心配になる。「形だけだと、かえって印象が悪い」と言う人もいます。そんな、奥深くて身近な「ありがとう」を、今回は哲楽してみます。

そこで紹介するのが、流通業を展開する、ある支援先企業での体験談。いつものように社員教育担当者の話し合いを重ねた後、まずは私も現場に入り、スタッフと同じ空気の中で周囲を観察することにしました。また、来店客を装って現場を訪れることも。そうやって、さまざま場面に於ける「ありがとう」の「まます」を観察してみると――。

- ① 声は出ているけれども、顔はお客さまを向いていない(商品や、作業をしている方向を見ているまま)。
- ② お客さまの顔を向いているものの、形式的になっている。
- ③ 「ありがとうございます」の気持ち伝わってくる。

この三つのケースがありました。

②までは教育指導で修正できる範囲ですが、③のハードルはなかなか高い。その分、「幸果(相手に幸せを届ける力)」も高いと私は思っています。③の実現のためには、何が必要なのでしょうか?

私なりに哲楽した結果、見つけ

た答えは、「来店していただいて、ありがたい」「ウチの商品を買っていただいて、ありがたい」と実感できる機会が、どれだけあるかということでした。

お客さまに対して「ありがとう」という数と、「ありがたいなあ」と心の底から思う数:あなたは、どちらが多いですか?

そう思った私は、とある売場で、「とにかく、お客さまとのコミュニケーションをとることを大事にしよう!」と決めました。スタッフ同士も、互いにコミュニケーションをとることをいつも以上に意識してもらうことにしました。

すると、不思議なもので、お客さまから話しかけられる機会が増えていくようでした。いつもは「自分の目の前の仕事」に定まっていた焦点が、「人」へと開放された印象を受けました。それがきつとお客さまにも伝わって、スタッフに声をかけやすい空気を作っていたのだと思います。現場にいた私自身、たびたび声をかけられました。

それがひいては、お客さまに対する「ありがたいなあ」という気持ちと呼び起こすことに…。これは、職場の空気でも同じだと感じました。

「ありがとう」は現場のスタッフの心模様

それに、私たちは、「人」に関心が向くと、「人」の動きがよく見えるようになるようです。お客さまが商品を手に取ってくれたら、ちよつとひと声かけてみる。「これ、いい

ね」という会話が聞こえたら、すぐに説明に行く。その結果、販売につながった時に見たスタッフの「ありがとうございます!」は、いつもと違うものでした。

声の大きさ、明るさ、ハリ、表情から伝わる喜びとやりがい、達成感、そして深々と頭を下げる姿…。見ているこちらまでうれしくなる姿が、あちこちにありました。

「ほら、笑顔で!ちゃんと相手の顔を見て。お辞儀はしっかりと」と力説されてもなかなかできなかった、すべてが見事にクリアされていたのです。何より、お客さまの表情に笑顔が多かったことに驚きました。

「何があったのか、わかったのですね。プロになったということだと思えます」

こう話す、その店のリーダーの言葉は印象的でした。それまでは、スタッフも「ありがとうございます」の裏側に、「今、それどころじゃないのに」という本音がチラリ…。ということがあったのかもしれませんが。

心の込もった「ありがとう」の実現のためには、なまじの教育指導より、お客さまの一つ一つの行為に「ありがたい」と思える機会を作る方が、ずっと楽しく効果的。「ありがたい」と思った時、人は、それを伝えようと工夫して行動するのだと、あらためて教えてもらいました。

「ありがとう」は現場のスタッフの「今の心模様」が映る鏡、そんな気がします。どんな気持ちで映っているのだろうか? 輝きは? などなど、哲楽するのにピッタリのお題です。

ぜひ、皆さんも一緒に!

この「ありがとう」から
伝わってくるのは何ですか?

