



住宅会社のブランド価値向上のためのクレーム対応術

“クレーム対応は企業のブランド価値向上につながる。”



クレーム対応は企業のブランド価値向上の絶好のチャンスであり、他社との差別化のための最も有効な手段です。

深い信頼関係で結ばれ、何を話していても笑顔が絶えない関係が築けていれば、顧客が不満足の意味の表明をすることはありません。

仲が良い状態においては、住宅会社に対する評価は、横並びといったところでしょう。ところが顧客が一度不満足の意味の表明をした時、つまりクレーム発生時。この時の対応によって『あの会社はすぐに対処してくれる。やっぱり良い会社だ』と高評価に変わるか、『やっぱりあんな会社で家を建てなければ良かった』と後悔されるか、住宅会社の力量が明確な【差】となってあらわれる場面であると思います。

クレームの現場では、「サービスを超越る感動」の瞬間を演出することも可能です。顧客の不安を完全に払い『やっぱりこの会社を選んで良かった』と新築時の【あの喜び】を再認識してもらいます。

社員一人でクレーム解決しようと思うと、感動を生む瞬間の演出は難しいかもしれません。しかし、社内クレームの対応チームを結成し、外部専門家とタッグを組むことによってそれは可能となります。

前向きな思考で明るく元気よくクレームを解決していくことが何よりも重要です。



●「雨降って地固まる」適切なクレーム対応はお客様との関係をより強固にします。

情報提供: 匠総合法律事務所 秋野卓生氏

リンナイ、プロ厨房みたいなガスコンロをネット限定発売



リンナイ(愛知県名古屋)は12月1日、プロ厨房のようなステンレステーブルコンロ「Vamo.(バーモ)」をインターネットで発売する。

スタイリッシュなキッチン、ダイニングと調和するシンプルなデザインを追求。業務用コンロにも使われるステンレスボディに、マット黒の鋳物五徳、マットな点火つまみを組み合わせた。

調理性にもこだわり、左右どちらも最高火力4000kcal/hのハイカロリーガスバーナーを搭載。豪快なメニューだけでなく、トロ火調理にも幅広く対応する。

また「料理をもっと楽しく」をテーマに作成したスペシャル動画もYouTubeで公開中。

情報提供:

緊急経済対策 住宅関連まとめ



安倍首相は11月26日、首相官邸で第3回一億総活躍国民会議を開催し、「一億総活躍社会の実現に向けて緊急に実施すべき対策」を取りまとめた。住宅分野では省エネ住宅への投資促進や、三世同居・近居の住宅建設などが具体的に盛り込まれた。

「一億層活躍社会の実現に向けて緊急に実施すべき対策」に盛り込まれた住宅分野の施策の抜粋

- ・省エネルギー性能に優れた住宅・建築物の取得負担を軽減し、波及効果の高い住宅投資を促進する

- ・三世の「同居」や「近居」の環境を整備するため、三世同居に向けた住宅建設、UR賃貸住宅を活用した親子の近居等を支援する【特に緊急対応】

- ・サービス付き高齢者向け住宅整備量を前倒し・上乘せし、拡大する【特に緊急対応】

情報提供: 新建ハウジング