

東京 名古屋 大阪
～同時開催～
オンライン
ライブ中継

大手通信会社で社員としてクレーム対応を経験した弁護士による解説！

クレーム対応の基本と悪質クレームに対する適切な対応方法

～ 講師の経験を生かした、法律解説と
企業実務の観点から見た実践的な対応策 ～

主催：(株)企業研究会／協力：TAC株

※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。
※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせて頂く場合がございます。

《開催要領》

日時▶ 2015年 3月 25日(水) 13:00～17:00

会場▶ 東京／企業研究会セミナールーム(東京：麹町)
名古屋／TAC名古屋校(名古屋：名鉄バスターミナルビル9F)
大阪／TAC梅田校(大阪：梅田センタービル5F)

《オンラインLIVEセミナーとは》

当セミナーは、講師が来場する東京会場をメイン会場として、その模様を名古屋会場・大阪会場に中継致します(名古屋会場・大阪会場への講師の来場はありません)。中継については、TV制作会社である株式会社東通が担当し、双方向コミュニケーションにより、名古屋会場・大阪会場からの質疑応答も可能です。

講師 鳥飼総合法律事務所 弁護士 伊東祐介 氏

講師紹介

中央大学法科大学院修了。鳥飼総合法律事務所、第二東京弁護士会所属。平成17年4月～平成22年4月まで株式会社NTTドコモにて営業・契約法務を担当。平成26年4月から中央大学法科大学院実務講師・東洋大学法科大学院アカデミックアドバイザーに就任、民事介入暴力対策委員会に所属。訴訟を中心とした紛争解決業務を主軸とする一方、企業の不祥事における問題解決及び内部統制構築など、企業の予防法務についても広く取り扱っている。

《申込書送付先》 FAX▶03-5215-0951 ※当会 HP からもお申し込み頂けます。 企業研究会Q 検索

■受講料：1名(税込・資料代含) ※申込書をFAXでご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員	32,400円 (本体価格 30,000円)	一般	35,640円 (本体価格 33,000円)
-----	------------------------	----	------------------------

希望会場に「✓」をご記入下さい。		<input type="checkbox"/> 東京 (講師来場) 141804-0707	<input type="checkbox"/> 名古屋 141805-0707	<input type="checkbox"/> 大阪 141806-0707
ふりがな 会社名				
住所				
TEL	FAX			
ふりがな ご氏名	所 役	属 職		
E-mail				

※申込書にご記入頂いた個人情報、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させて頂きます。

■参加要領：申込書はFAX、または下記担当者宛E-mailにてお送り下さい。当会ホームページからもお申込み頂けます。
後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。
※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認ください。([TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問])
※お申し込み後のキャンセルはお受けいたしかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願い致します。
■お申込・お問合わせ先：企業研究会 公開セミナー事業グループ 担当/川守田 E-mail:kawamorita@bri.or.jp
TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 麹町31Mビル2F

.....プログラム.....

【第1部】クレーム基本編

1. クレームとは何か
 - (1) クレームの果たす役割 (2) クレーム対応の目的
 2. クレーム対応の基本的動作
 - (1) 聞く・・・先入観を持たずに
 - (2) 事実を把握する・・・具体的現象、客観的事実、お客様の意見との区別
 - (3) 要望把握・・・顧客の真意を把握
 - (4) 対応検討・・・社内の方針検討
 - (5) 説明・・・対応内容の説明
 - (6) 反論・追加主張の把握・・・説明に対する反応、追加主張の把握
 - (7) 譲歩案の提示・・・譲歩案の提示、顧客からの理解・納得
 - (8) 謝罪、再発防止・・・顧客との関係強化、社内における情報の蓄積と共有
3. 顧客の期待の捉え方
4. 顧客の期待を掴むには
 - (1) 商品・サービスに関する知識やスキルを磨く
 - (2) 作業の正確さ・迅速性
 - (3) 顧客対応・コミュニケーション

【第2部】悪質クレーム編

5. 悪質なクレームとは何か
悪質なクレームが否かを判断するには、不満の原因と要求レベルの2つの切り口で判断する。顧客にも主張・要求する権利がある。クレーム=悪質ではない。過大な要求もすること自体は問題ない。悪質なクレームになれば中止するよう勧告することが重要。
 - (1) 悪質性を判断する典型的なフレーズ・・・よく使われる言い回し
 - (2) 不満の原因、要求レベル及び顧客の言動で判断
6. 悪質な要求に屈してはならない理由
 - (1) 一度利益を享受すると狙い打ちされる。他のクレーム団体からも狙われる。提供する利益、対応の稼働の損害が生じる。
 - (2) 取引先、債権者及び株主等のステークホルダーから不正取引として責任追及される可能性。従業員にも悪影響。
 - (3) 会社の顧客に対する不平等措置
7. 悪質な要求に適切に対応する
 - (1) 未然に防止する (2) 適切に対応する
8. 事例検討
 - (1) スポーツクラブの除名処分(会員などの継続的契約の場合)
 - (2) 些細なミスに土下座や謝罪広告を要求するクレームの例
 - (3) クレームを装った異性目的の顧客の例 など
9. 裁判例、裁判における思考過程
 - (1) 裁判官の思考の枠組み (2) 書面の重要性 (3) 近年の傾向
10. 特殊対応・・・暴力団を含めた反社会的勢力に対する対応

※最少催行人数に満たない場合には、開催中止となる場合がございます。

※セミナー中、映像及び音声のトラブルがあった場合、下記の通りご対応をさせて頂きますので、ご了承の上、お申し込みを頂きますようお願い申し上げます。

- 映像など切断した場合、再接続してから講義を再開致します。
- 接続が回復できない場合、もしくは音声が届かなくなるなど配信品質が著しく低下した場合、受講料を返金させて頂きます。

裏面もご覧下さい！ 一枚のパンフレットで 2種類のセミナーをご案内しております。