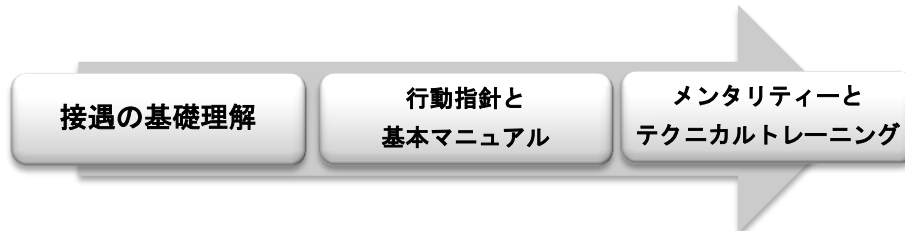


■ ケアサービスにおける接遇のあり方 ■

シナジーワーク・PC 松野美穂

【接遇を推進するためのプロセス】



【接遇の基礎理解】

■接遇とマナーの違い

接遇 ⇒ 接客業務時における顧客に対する接客スキルのこと

マナー ⇒ 行儀・作法・礼儀

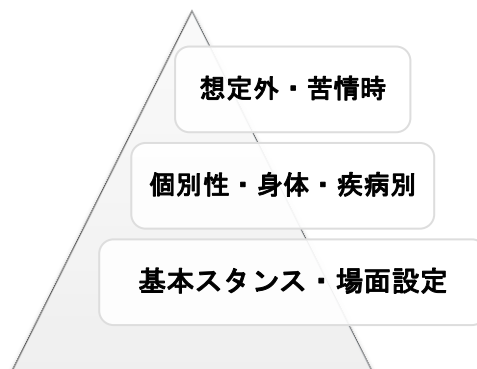
■サービス業の分類

精神的サービス・態度的サービス・業務的サービス・犠牲的サービス

■ケアサービスの特性

- | | |
|---------------------|---------------------------------------|
| 密接な関係になりやすい(高コンタクト) | → 馴れ馴れしい態度『親しき仲にも礼儀あり』 |
| 出来れば受けたくない(負のサービス) | → 生活の基盤の安定から生活の質への転換 |
| 協働・共同関係の構築が困難 | → コミュニケーションに多くの工夫が必要 |
| 入居者のみならず家族もサービスの対象 | → 家族が望む接遇とは(消費者と顧客の分離) |
| 地域の方に解放されよい印象 | → 来園されるすべての方に良い印象 |
| 認知症の方への接遇 | → 対応そのものがケアの一つ
根拠があり計画的かつ統一した対応が必要 |
| 言語的表現にタブーがある | → 口に出しにくい表現 |
| 家庭内機能の外性化 | → 従来は、家庭介護が中心 |
| 保護される対象になりやすい | → つい『ちゃん』づけになってしまう。 |
| 顧客との非対象性 | → 身体を預けている為立場が弱い(虐待) |
| 顧客のニーズが解りにくい | → 『・・・してよろしいですか?』?? |

【マニュアルの構造】



【接遇の目的】

顧客と効果的なコミュニケーションと好ましい人間関係

【コミュニケーションの構造】

■媒体の比率	視覚	()%
	聴覚・嗅覚	()%
	言葉	()%

■ノン・バーバル コミュニケーション

視覚から受ける印象→介護場面、ドレスコード、表情 スピード等

聴覚・嗅覚 →声の大きさや抑揚、香水や汚物の匂い等

■バーバル・ コミュニケーション

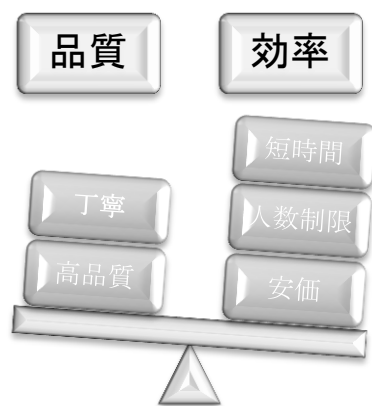
言葉づかい→ 基本スタンス・地域性や個別 らしさの演出

■言葉・表情・語調の一致

不完全に一致 → 相手に含みを持たせ気持ちを混乱させる。

完全に不一致 → まったく相手の気持ちを察していません。

【サービスの品質と業務の効率性について】



スキル・技術は、
これらのバランスをとること!!!

- ・短時間でも悪い印象を与えない
- ・効率性を計りながら安全性も確保
- ・待たせても飽きさせない 等

【顧客マインドになる】

- ・どんな介護職だったら安心して両親をあずけられるのか？
また、自分の介護を任せられるのか？
- ・どんな対応が不満に思うのかまた、苦情を言いたくなるのか？

【接遇と苦情の関係性】

- ・信頼関係の構築がリスク分散となる。
- ・苦情は、顧客心理を理解しないと的外れな対応となる。