

長崎北病院 伝言板 11月号

令和4年11月1日発行

11月。寒い。先日までは半袖だったのに長袖に上着。11月の別名は「霜月」。季節は初冬。寒さに納得です。夕方6時はもう暗い。今日の日の出は6時38分、日の入り17時31分。夜長の季節。11月3日は文化の日。読書など文化的生活はいかがでしょう。でも、文字を見ると眠くなるのですよ。



洗い立ての木綿の肌触りとお日さまの匂い

まだまだコロナ時代。この期間にに普及したもの。在宅勤務、リモート、オンラインなどなど。医療はその場にいることが必要です。在宅勤務は難しい。遠隔診療も可能ですが処置や手術などは手を下さないとできません。オンライン会議や講演などは普及しました。集まらなくても開催できますし、感染の危険も減ります。簡便で有用。雰囲気や匂いが伝わらないなど問題もありますが、上手に使っていけば役に立ちます。



最近少し気になることがあります。申し込みや手続きなどがオンラインが中心になっていること。もちろん便利で効率的。出向かなくてもできますし、電話のようなやり取りも不要です。今後も広がっていくでしょう。しかし、便利なオンラインに対応できない方もおられます。若い方にはこんな簡単なものが使えないことが理解できないかもしれません。しかし、慣れていない高齢の方には難しいこともあります。当院でも ワクチン接種の予約などはオンラインからの申し込みです。対面での申し込みのような面倒もありません。しかし、できない方にどう対応するべきか。できない方は少数なので切り捨てますか？。それはできません。「窓口で言っていただければ対応します」ではいかがでしょう。

忙しい窓口に声をかけるのは勇気が入ります。この対応では「聞かれない事が前提」。何もしていないのと一緒に。冷たさを感じます。「ワクチンの申し込みはここでできます。申し出てください」と積極的に受け入れる掲示をするなど頼みやすい対応が必要。困っている人の身になって考えることが重要です。

ある記事から。オリジナルのネクタイを作っている町工場の話。この会社でもオンラインショップを運営していますが 電話でも注文を受け続けているそうです。その会社にいつもネクタイを電話注文されるお客様がおられたそうです。「あのネクタイをください」など具体的な注文ではなく、「こんなシャツに合うネクタイを…」 「オススメのデザインを…」と抽象的な相談をされて購入されていたそうです。ある時 デパートのイベントで出店した時にこられたそうです。白い杖を持ち、介助者とともに。視力に障害があるお客様だったのです！「今はもう”デザイン”も”色”も誰かに説明してもらわないとわからないけど、生地や縫製の良さは人一倍わかるんです。だから選んでいます。今日はどうしても作り手さんに会いたくて来ました！」と答えられたそうです。自分たちの縫製の良さやこだわりはちゃんと伝わっていました。このお客様との出会いをきっかけに、より一層、個別でのお客様の対応に力を入れはじめました。全国に店を出したり、営業の人材を雇用する余裕はありません。それでも自分達の会社やブランドの事を知ってくださった方には、精一杯の丁寧を込めて対応したいという思いから、電話やLINEでの問い合わせを通してお客様一人ひとりを大切にしています。全てオンラインで自動化すべきだ、電話やLINEなんて非効率だと言われることもあります。しかし、ここぞの1本を選びたい男性や、プレゼントに悩む女性からの問い合わせに対して、お客様のためにできる最大限の丁寧だと私たちは考えています。との記事でした。



病院も同じ。ブランドや見かけも大切。しかし、一人一人のことを考える姿勢。手触り、肌触り、漂う空気感。絹やビロードよりも暖かさのある洗い立ての木綿の肌触りとお日さまの匂いを。(A.S.)