

顧客接点を最適化する最新技術 57社のソリューションが大阪に集結！

大阪で6回目となる『コールセンター／CRM デモ&コンファレンス』が、6月12日・13日の2日間、開催された。今回のテーマは「顧客接点の『いま』と『未来』」。スマートデバイスやソーシャルメディアなど新たなチャネルが広がりを見せるなか、顧客対応の原点＝CS追求の“あり方”を改めて考察するとともに、最新ソリューションによるこれからのカスタマーサービスの姿を提示して見せた。

6月12日・13日の2日間(実践研修講座は11日も含めた3日間)、大阪市のマイドームおおさかで、コンピューターテレフォニー編集部とUBM ジャパンが主催する『コールセンター／CRM デモ&コンファレンス 2013 in 大阪』が開催された。

今回のテーマは「顧客接点の『いま』と『未来』」。電話・メール・Web・SNSとコミュニケーション手段やチャネルが多様化する現在において、顧客接点をどう考えていくべきなのか。レガシー機能を備えた「いま」の姿と、新たな技術を含めた「未来」の姿を改



めて捉え直す。基調講演・特別コンファレンス・テーマセミナー・展示会などを通じ、顧客接点の原点と将来像について、さまざまな角度から検証がなされた。

また、実践研修講座は新規4講座を加え、計13講座を開催した。

現場を知り、人材を育てる CSを生む顧客接点を“創る”

顧客対応に重要なことは、現場を知ること、それを踏まえた人材の育成だ。基調講演では、この2つに焦点が当てられた。初日は、大阪ガス行動観察研究所 主席研究員の越野孝史氏が「組織を変える『行動観察』と人材育成」を演題に登壇。徹底した現場観察による事実把握と、サービスサイエンスに基づいた解釈を組み合わせることで、顧客接点の“あり方”を考察。それを実現する人材育成について紹介していった。

2日目は、現場管理の要となるSV育成がテーマだった。ヤフーカスタマーリレーションズで管理職育成を担当するトレーニングマ

ソーシャル&カスタマーサービスセミナー

トレンドのソーシャルメディア対応、そしてコンタクトセンター運営に欠かせないITソリューションをテーマに、今回も12・13日の2日間にわたり、2つのセミナーが開催された。

12日は「ソーシャル&カスタマーサービスセミナー」。午前中のパネルディスカッションでは、「顧客接点は進化する！パイオニアに聞くアクティブサポート『準備／運用のチェックポイント』」と題して、アクティブサポートの提唱者である河野 武氏と実践ベンダーが登壇。Twitterを活用したアクティブサポートは、ソーシャルメディアに着目している企業にとって“実効性のある手段”と捉えられつつあるが、電話、メールに続く新たなコミュニケーション手段として有効活用するには何が必要なのか——準備と運用のポイントなどについて討論した。

パネラーは、コミュニケーション・デザイナーの河野 武氏と、日本マイクロソフト グローバルコンシューマーサポート アジアプログラムマネジメントシ

ニアマネージャーの垣本 桂氏。モデレーターはコンピューターテレフォニー誌 編集長の矢島竜児。

午後は、実践ベンダー3社が活用ポイントとソリューションを披露した。まず、「SNS運用現場から見たファン獲得と効果測定 ～ファン11万人のWOWOW Facebook ページ運用と分析のポイント～」をテーマに、WOWOW コミュニケーションズ 営業部 営業課 課長の湯沢 亮氏が、カスタマーセンターでのFacebook運用や、Twitter アクティブサポート事例を含む顧客サポートの具体的な取り組みを詳しく紹介した。

続いて、「お客様の声を問題解決力にする！Webサポート構築事例」と題して、オウケイウェイヴ エンタープライズソリューション事業部 エンタープライズソリューション営業部 部長の石黒 豊氏が、VOCを顧客サポートに活用することによって、コンタクトセンター



ソーシャル対応、ITソリューション活用事例の説明に多数の受講者が関心を寄せた

の質の向上とコスト削減を同時に実現した事例を紹介した。

最後は、「構築費用80%減のクラウドコンタクトセンター構築事例とソーシャルメディアサポート&コミュニティの最新事例」と題して、セールスフォース・ドットコム マーケティング本部 プロダクトマーケティング シニアマネージャーの田崎純一郎氏が、大きくコストを削減したクラウドコンタクトセンター事例と、ソーシャルメディアのサポート事例、そして、新しいコミュニティの構築事例を中心に、どのような技術を使って実現したかを詳しく解説した。

ネージャーの寺下 薫氏が「Yahoo!のカスタマーファースト戦略」と題して講演。この中で寺下氏は、SVのやる気と能力を引き出すマネジメント手法について、自身の経験に基づきながら解説。SV育成に悩む多くの聴講者が熱心にメモを採っていた。

特別コンファレンスは、運営現場、調査データ、IT視点での講演が目白押しだった。具体的には、コールセンターの基礎(ラーニングイト代表 河合晴代氏)、

働く人のメンタルヘルスケア(きゃりあすCDA 奥 富美子氏)、問い合わせ窓口格付け調査(HDI-Japan代表 山下辰巳氏)、国内コールセンター利用者実態調査(コンピューターテレフォニー編集部)、コンタクトセンター・システムの基礎(イースマイル代表 齊藤勝氏)、クラウド／ソーシャル／ビッグデータで読むトレンドソリューション(ホライゾンBPC 堀 雄一氏)と、多岐にわたる内容で構成。全体を通じてコールセンター

を取り巻く「いま」と「未来」について考察していった。

テーマセミナーは、事例中心の講演・パネルディスカッションで構成(詳細は囲み1・2参照)。

初日のテーマは「ソーシャル&カスタマーサービス」。まず、現在注目されるTwitter上でのアクティブサポートについて、コミュニケーション・デザイナーの河野武氏と実践企業の担当者らが登壇し、その準備段階から実際の運用までのポイントを語り合っ

図1 出展社一覧

アートソフト	MITシステム研究所	テクマトリックス
旭川市企業誘致推進協議会	エンビレックス	日鉄日立システムエンジニアリング
アズベイス	オウケイウェイヴ	日本アспект・ソフトウェア
アニモ	岡田電機	日本アパイア
アルファコム	OKI	日本プラントロニクス
イー・ガーディアン	OKIソフトウェア	ネイクス
伊藤忠テクノソリューションズ	協和テクノロジズ	野村総合研究所
インターコム	KDDIエボルバ	ハンモック
インタラクティブ・インテリジェンス	コラボス	P&Wソリューションズ
ASCジャパン	サイバーコム	日立システムズ
HE-ART	サイボウズ	不二家システムセンター
SCSK	サクシード	フュージョン・コミュニケーションズ
NEC	CSKサービスウェア	プラスアルファ・コンサルティング
NECインフロンティア	GN ネットコムジャパン	ベリントシステムズジャパン
NTTアイティ	ジーネクスト	三菱電機インフォメーションシステムズ
NTTコムウェア西日本	ジェネシス・ジャパン	ミライト
NTTソフトウェア	ゼンハイザージャパン	リンク
NTTネオメイト	タカコム	WOWOWコミュニケーションズ
NTTマーケティングアクト	ディアイスクエア	(50音順)

図1 出展製品・サービスのカテゴリー分類

プラットフォーム	コンタクトセンタープラットフォーム、交換機/通信サーバー、ボード(回線・音声処理)、CTIミドルウェア、FAXシステム、アウトバウンド、ユニファイドコミュニケーション、IPテレフォニー
音声ソリューション	IVR、音声認識・音声合成
CRM実践ツール	CRMパッケージ、顧客管理パッケージ、ヘルプデスク、Eメール処理システム、Webコラボレーション、FAQシステム、分析ツール(テキスト/データマイニング、BIなど)、SFA、モバイルソリューション、ソーシャルメディア対応、ナレッジマネジメント(情報共有)
マネジメントツール	ボイスロギング、WFM ツール、エージェント管理ツール、eラーニング
その他	ヘッドセット、セキュリティ、ファシリティ、人材系(教育・トレーニング、HRMなど)、テレマ/アウトソーシングサービス、ロケーション/企業誘致

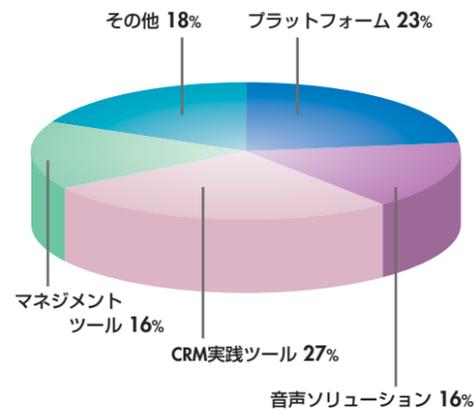
た。一方、ブランディングやプロモーションで関心の高いFacebook活用については、WOWOW コミュニケーションズの湯沢 亮氏が、ファン獲得と効果測定について解説した。

カスタマーサポートの効率化と顧客満足度向上に関しては、オウケイウェイヴの石黒 豊氏が顧客同士で問題解決を図るサポートコミュニティを紹介。最後にセールスフォース・ドットCOMの田崎 純一郎氏が、クラウドコンタクトセンター構築に関する最新事例をいくつか提示していった。

2日目は「事例&ソリューション」がテーマ。米ベリントシステムズのドナ・デネイ氏は、自身が米国大手保険会社に在籍した当時の経験をもとに、カスタマーエクスペリエンスを追求した業務改善事例を紹介した(詳細は、P87参照)。次いで、クラウドでコンタクトセンター・プラットフォームを提供するリンクの倉持宏光氏と、同社ユーザーのにっこう社の担当者が登壇。「小さく始めて大きく育てる“成長型コールセンター”」と題してクラウドならではの柔軟性を解説していった。



図2 出展製品・サービスのカテゴリー別割合



WFMは単なる呼量予測と要員配置の仕組みではない。コールセンターの運営最適化を実現するセンターマネジメントの根幹をなす。戦略型WFMの実践について日本アспект・ソフトウェアの吉野志子氏がポイントを語った。最後は、ASP型テキストマイニングツールを展開するプラスアルファ・コンサルティングの鈴木賢治氏が壇上に上がり、VOC活用の最前線について説明していった。

先行事例からは、成功体験・失敗談を含め、学ぶべきことは多い。テーマセミナーは、最新ソリューションの導入を検討する現場担当者が多く集まった。

**レガシーからSNS対応まで
57社の製品・サービスが一堂に**

展示会場では、57企業・団体が最新の製品・サービスを紹介した。出展社の内訳は、例年同様

事例&ソリューションセミナー

13日の「事例&ソリューションセミナー」では、ITベンダー4社が自社ソリューションのメリットと活用ポイントを導入事例を交えて説明した。

まず、「米国大手保険会社のコールセンター運用事例～顧客体験の改善手法紹介」をテーマに、米国ベリントシステムズ ディレクター、エンタープライズ・ワークフォース最適化ソリューション担当のドナ・デネイ氏が講演。同氏が米国大手保険会社の元カスタマーエクスペリエンス管理&戦略担当アシスタントバイスプレジデントとして、ベリントのワークフォース最適化ソリューション (Impact360 WFO スウィート) および顧客の声 VOC 分析ソリューション (Impact360 音声分析) を導入した実体験を披露。導入成功のポイントと効果に触れた。

リンク BIZTEL 事業部 PRディレクターの倉持宏光氏は「デジタル時代に年賀状・挨拶状で毎年1億円成

長!～秘訣は顧客との『きずな』を深めるコールセンター運営にあり～」と題して講演。同社ツールの導入ユーザーであり、さまざまな挨拶状の制作・印刷を手掛ける「挨拶状ドットコム」を運営し急成長を続ける、にっこう社の事例を紹介した。

そして、にっこう社から挨拶状事業部 CS課 マネージャーの高倉玉彦氏が登壇し、CSヤリピー率などの向上を実現している同社の顧客関係管理とコールセンター運用について自ら説明した。

続いて、日本アспект・ソフトウェア ソリューションコンサルタントの吉野志子氏は「戦略型WFMで実現するサービスレベルUPを目指したセンターマネジメントとは」と題して、Aspect



ITベンダー4社が事例を交えて自社ソリューションを披露

のWFMがもたらす効果などを事例を交えて説明した。

そして、「先進企業に見るVOC活用によるコールセンターの戦略拠点化～650社が選んだテキストマイニング『見える化エンジン』活用最前線～」をテーマに、プラスアルファ・コンサルティング 見える化イノベーション推進部 取締役の鈴木賢治氏が講演。先進企業から見るコールセンターでのレポート作成のコツや、ソーシャルメディアも含めた最新VOC活用について、事例とともに紹介した。

にハード/ソフトウェアベンダー、SI企業、テレマーケティング・エージェント、地方自治体など多岐にわたる。出展製品・サービスも、定番となるコンタクトセンター・プラットフォームや統合CRMパッケージの他、データ/テキストマイニングなどの分析ツール、ボイスロギングやWFMなどのマネジメント製品、ヘッドセットなどのファシリティ関連が揃う。テレマ会社などは、従来のセンター運営やアセスメントだけでなく、ソーシャルリスニングからアクティブサポートま

で、ソーシャルメディアを対象としたサポートサービスについても訴求していた。

ソリューションのクラウド対応については定番化している。プラットフォーム系では、以前は小規模・短期利用が訴求ポイントだったが、現在は大規模対応やモバイル(スマートデバイス)連携によるファシリティの枠に囚われないカスタマーサポートなども実現できる。また、アプリケーションでは、WFMやテキストマイニングなどオンプレミスでは高価になりがちな

ソリューションが月額費用で利用可能。導入しても使いこなせないという声が高いソリューションだけに、まずはクラウドで試すという利用法が広がりそうだ。今回は、出展社全体の3分の1、18社がSaaS・ASP・クラウド型サービスを展示していた。

展示会場の一角では、出展各社によるワークショップを開催。自社ブースでは紹介しきれない製品・サービスの機能をスライドやデモンストレーションを通じて訴求し、多くの来場者を集めた。