

コールセンターの成熟度、IT、ロイヤルティ 事例に見る「マネジメントの進化」

「5年後のコンタクトセンター研究会中間報告会」では、「マネジメント」「ソリューション/サービス」「カスタマー・エクスペリエンス(CX)」の3分科会が、リーダーによる講演とパネルディスカッションを実施。さらに、各分科会リーダーによるパネルディスカッション「リーダーズ・サミット」も開催した。

マネジメント分科会は、富士ゼロックス ソリューション・サービス運用本部 サービス業務部の加賀 宝マネージャーが登壇。センターマネジメント担当者、コンサルタントら有識者メンバーによって策定を進めている「組織の成

長戦略を描く『コンタクトセンターの成熟度モデル』を解説した。

成熟度モデルは、顧客満足度向上やロイヤルティ醸成、経営貢献など、センターに課せられたミッションを遂行するために達成すべき領域と必要なスキルを定め、各スキルの達成度合いを表す判定基準を示すもの。加賀氏は、「自社センターの成熟度を測る指標およびアクションプランとして、あらゆるセンターで活用できるものを作成したい」と意気込みを述べた。

パネルディスカッションは、同分科会メンバーからファイアアップ 取締役 兼 コールセンター運営支援アドバイザーの天野 隆氏、

大阪に拠点を置く大同生命のカスタマーサービスセンター サービス企画課の半谷喜正課長、サンスターのダイレクト営業部コンタクトセンターグループの山下由美グループ長が登壇し、各社の取り組みを紹介した。山

下氏は、執務環境やITシステムの整備、オペレータのメンタルケアの実践による働きやすい職場づくり。半谷氏は、高齢者など、顧客セグメントごとの個別期待に応えるためのITシステム活用について説明した。

センターの進化妨げる「過剰な精度・品質」の要求

ソリューション/サービス分科会は、前年に作成した「5年後のコンタクトセンターの姿」をもとに、実運用を前提としたITの分類・用途の提示および最新テクノロジーの研究を進めている。講演では、アビームコンサルティング 執行役員 プリンシパルの秋山紀郎氏が、近年注目されている「オムニチャネル」「人工知能」「感情分析」を取り入れたカスタマーサービス像を提示し、どのような顧客体験が得られるかを現状と比較しながら説明。さらに運用にあたって押さえるべきポイントを挙げた。

続くパネルディスカッションは、NEC スマートネットワーク事業部の大庭正裕事業主管、テクマトリックス 執行役員 CRMソリューション事業部の岩元利純



【ソリューション/サービス分科会】
写真左は、分科会リーダーで、アビームコンサルティングの秋山紀郎氏。写真右はパネルディスカッション。上写真左から、アドバンスト・メディアの森脇 健氏、秋山氏、NECの大庭正裕氏、テクマトリックスの岩元利純氏

副事業部長、アドバンスト・メディア 応用技術開発部 SEC営業部の 森脇 健部長の3氏が登壇。最新IT導入の現状について議論した。森脇氏が発言した「AIにしても感情認識にしても、正確さ、精度重視で、そこに少しでもリスクが認められれば導入計画は即座に止まる」には、各氏とも同意。有償の実証試験を利用するなど、検討段階から経営層も巻き込む仕組みづくりが必須と、聴講者に訴えかけた。

コンタクトセンターの真の役割「顧客の評価」の可視化と共有

CX分科会は、前半、ISラボ代表の渡部弘毅氏が「実態調査に見る『カスタマー・エクスペリエンス』実践の現状と課題」と題して

講演した。今年5月に同分科会が全国コールセンター長を対象に実施したCXに関するアンケート調査の結果を解説。認知度や関心は高いが、「何をすればいいかわからない」という回答が33%も占めた結果に対して、渡部氏は「ユーザーアンケートによる顧客ロイヤルティの可視化や、VOCの共有などの取り組みは、CX向上施策の大きな契機となります。これは、顧客接点であるコンタクトセンターだからこそできる啓蒙活動」と強調した。

後半のパネルディスカッションでは、元アメリカン・エキスプレス・ジャパン 副社長/取締役&GM ワールドサービスジャパンの 萬年良子氏、ヤフー CS本部本部企画部 トレーニングマネージャ



【カスタマー・エクスペリエンス分科会】
写真左は、分科会リーダーで、ISラボの渡部弘毅氏。写真右はパネルディスカッション。上写真左から、元アメリカン・エキスプレス・ジャパンの 萬年良子氏、渡部氏、ヤフーの寺下 薫氏、三井住友カードの土井淳平氏

寺下 薫氏、三井住友カード フォーユーセンター企画部の土井淳平部長が登壇。CX実践の要諦を経験に基づいて解説した。とくに現在、トランザクションNPSを試行導入している三井住友カードの土井氏は「評価の理由や電話対応への満足度、コールセンターへ期待することなどの質問も併せてヒアリングすることで、顧客の傾向を把握でき、当社が目指すべきCXの方向性も定めることができました」と成果を説明した。

リーダーズ・サミットでは、近年、流行しつつある「カスタマー・ジャーニー・マップ」の作成の意義や方法論を中心に議論。「顧客接点に関わるすべての部署のメンバーの共通言語化を図る意義は大きい」と意見が一致した。



【マネジメント分科会】
写真左は、分科会リーダーで、富士ゼロックスの加賀 宝氏。写真右はパネルディスカッション。上写真左からファイアアップの天野 隆氏、加賀氏、大同生命の半谷喜正氏、サンスターの山下由美氏