



コンタクトセンター・アワード
リーダー・オブ・ザ・イヤー2019

CCJA
Contact Center Japan Awards



アシスト
サービス事業部付加価値創造部 主査
大野高志氏

“超サポ”で目指すカスタマーサクセス エバンジェリストとして「CX」向上を担う

エンタープライズ向け(企業向け)のアプリケーションやITツールのサポート担当者には、エンジニアとしてのスキルも求められる。データベースからBI、Web構築ツールまで、さまざまなソリューションを提案・販売しているアシストは、「超サポ」をスローガンに掲げ「クライアント企業の活動成果を最大限に引き上げること」——つまり“カスタマーサクセス”を目指している。担当者には、極めて高度なテクニカルスキルと、ユーザーに対するホスピタリティの両立が欠かせない。目新しいミッションなだけに、リーダーには、類まれな推進力や行動力も問われるスキルとなる。大野高志さんは、超サ

ポを推進する『付加価値創造部』の創設メンバーに抜擢され、ユーザーサポートだけでなく社内外のセミナーへの登壇、メディアでの技術記事の寄稿など、エバンジェリストとしての活動も担っている。

「受け身の組織」から脱却する！ 勉強会や討論会を企画、運営

近年、カスタマーサクセスを標ぼうする企業は増えているが、その定義や目標、活動にはまだ曖昧さが残っているのが現状だ。大野さんは、「サポートの品質の高さを宣伝してくれる“プロモーター”を増やしたい」とその目指す姿を明快に説明する。

「メンバー全員が顧客志向を徹底しないと実現できません」という大野さんは、勉強会や討論会を企画、開催し、それまでの『件数をこなすことが役割』『与えられていた仕事をこなすだけ』というサポート組織からの脱却をリードした。結果、若手からベテランに至るまで、すべてのメンバーが「どのような対応をすれば自社サポートのファン化につながるのか」を考えながら従事する姿勢が身につくという。

大野さんは、「まずはお客様を知らないときめ細やかなサポートはできない」として、顧客満足度アンケートの改修に着手した。同社が販売、サポートするBIツール「Qlik Sense」を利用してサポートの利用状況や登録内容など、さまざまな角度から可視化できるアプリケーションを作成。プロダクトマネージャーに向けて公開した。

結果、「見逃しがちだった“普通”の評価が続いているお客様、保守契約締結後に問い合わせがないお客様など、うまくコンタクトできていないお客様へのフォローが目に見えて増えました」(大野さん)という。ときには、実際に対象顧客に出向くこともあるという。「お客様も、ITベンダーのサポート担当者が意見を聞きにくるのははじめて」と喜ばれるケースがあり、アンケートでも満足度向上に結びついているようだ。

大野さんは、「まったく物おじしない性格で、積極的に発言するタイプ」だという。まさにエバンジェリストとしてはうってつけといえる。同社が掲げる「超サポ」を担う人材として、今後もさらなる活躍が期待される。



「カスタマーサクセス」のエバンジェリストとして活躍する大野さん