



コンタクトセンター・アワード  
マネージメント・オブ・ザ・イヤー2019

CCJA  
Contact Center Japan Awards



ヤフー  
北九州センター 代理店サポート部  
マネージャー  
吉田圭吾氏

## コンタクトセンターの価値を上げる！ “顧客ファースト”実現する組織改革をけん引

ヤフー北九州センター代理店サポート部の吉田圭吾マネージャーは、2010年からコンタクトセンター業界で従事している。

「(コンタクトセンターは)難しい仕事の割には、社内外のいずれでもなかなか価値を認めてもらえない。まずは社内でのステータスを向上するためにも、お客様に対する価値を創出する活動をしたい」と意気込む。

代理店サポート部は、広告代理店に対するインターネット広告運用に関するさまざまなアドバイスや提案を行っている。単なる問い合わせ対応ではなく、提案をはじめとしたコンサルティング業務を柱とするため、確かに難易度は極

めて高い。

吉田マネージャーがリードしたのは、①顧客がコンタクトしやすい動線作り、②深掘りした広告運用プロセスの構築、③メンバーが成長できる環境作り——などの取り組みだ。

「まず、問い合わせ先が7カ所も点在していて、お客様がどこにコンタクトすればいいのかわかりにくい構造になっていました。それを集約し、原則としてワンストップで対応できる体制を整えたことで生産性もつながりやすさも高めることができました」と、①について説明する。

### 全員が“今よりも上”を目指す ワーキンググループで意識を共有

②の広告運用プロセス改善には、かなりの苦労を強いられた。従来の電話窓口では、インターネット広告運用に関する相談に対し、「口頭での簡易的な説明はできても、データを資料化し、それを基に具体的に掘り下げて説明するといった運用はできていませんでした」と、吉田マネージャーは当時を振り返る。

しかし、同じ部署には運用提

案書作成のプロ集団が存在する。吉田マネージャーは、「彼らと顧客対応をつなぐことで、不明点の解決のみにとどまらず、お客様が広告運用のデータが欲しい、定期的な運用改善の提案が欲しいといった高度なサポートに必要なリソースを確保できました」とプロセス改善の効果を説明する。広告運用に具体的に踏み込むことで、クライアントである代理店の売上増が同社の売上増に直結している。さらに窓口へのロイヤルティも向上しつつある。

そして、マネージャーとして最も力を注いだのが、③のメンバーの成長支援だ。

「新しい価値を生み出すとはどういうことなのか、各自が“今よりも上”の役割を担う必要性を、定期的に議論するワークショップを実施しました」(吉田マネージャー)という。結果、「聞かれたことに応えるだけでなく、関連する課題を積極的にヒアリングできる文化」が醸成された。こうした地道な取り組みが他部署にも広がりつつあり、センター全体での研修プログラムの体系化にも貢献している。



ワンストップ対応を主導した吉田圭吾マネージャー