



エヌ・ティ・ティマーケティングアクト
カスタマーソリューション事業推進部 マネジメント部門
総合アウトソーシングセンタ(松山)
リーダースーパーバイザー
石本 愛氏

オペレータからクライアント企業まで 信頼関係をつくる「巻き込み型提案」

コールセンターのアウトソーシングにおける課題の1つに、クライアントと「現場」の関係構築の難しさがある。「コミュニケーション機会が少なく情報が伝わりにくい」「対応業務には精通しているが、企業理念などの方針まで考えた管理・教育ができていない」などが、代表的な事象だ。

「クライアント、SV、オペレータ間のコミュニケーションの“壁”がない環境を創りたい」。そう目標を掲げるのは、エヌ・ティ・ティマーケティングアクトの「MiraiZ (ミライズ) 松山」のリーダースーパーバイザー、石本 愛さんだ。石本さんは、クライアントのインハウス運営からアウトソーシングに移行した

業務を担当。クライアント対応、運用構築、SV 育成と重要な役割を担っている。

インハウス運営からの移行はとくに、クライアント側のメンバーが「仕事を奪われてしまうのでは」という不安を抱く傾向もある。その不安がもとでパフォーマンスを落とすとは、アウトソーシングの意味がなくなる。まずはインハウスのセンターに単身3カ月常駐し、人間関係の構築に腐心。さまざまな業務課題の可視化などをクライアントと協働で行うなかで関係構築に成功した。

一体感を生む 情報共有と「協働」

そのうえで、石本さんが実践したのは、「マインドセット」と「根拠となる数字の見方・使い方の啓発」の2つ。いずれも、人間がアクションを起こす際に不可欠な要素だ。

マインドセットは、目標や目的の全体共有によるチームワークの醸成だ。センター全体に対し、きめ細やかに業務の達成度や状況を情報共有したことで一体感を生んだ。石本さんの持ち前の明るさも手伝って、メンバー間のコミュ

ニケーションも活発化した。

根拠となる数字の見方・使い方は、石本さん自身が課題に直面しながら体得した。例えば、クライアント企業に運営状況を報告するための「業務報告書」に関するエピソードだ。

業務上のミスが頻発した際、ミスの数値化に躊躇していた石本さんに、上司が「数字は嘘をつかない。重要なことは(クライアントに対する)数字の見せ方や使い方」とアドバイス。改善を決断した石本さんは、ミスの発生原因の分析と再発防止に向けた対策検討に着手した。ネガティブ要素の提案は難しいものだが、ここでもコミュニケーション能力を発揮し、現場のオペレータだけでなく、クライアントのマネジメント層に納得してもらい、「巻き込み型提案」が成功、改善を協働で実施した。

具体的には、マニュアルに記載しきれていなかった基本ルールのとりまとめやオペレータ個別のミス一覧を作成、関係者ほぼすべてで共有。改善するための意見交換も積極的に行った。結果、クライアント企業からの厚い信頼も得た。



持ち前の明るさを活かしセンター内の活性化に努めた石本さん