

働き方、DX、カスタマーエクスペリエンス 3つの観点から考えるポストコロナ時代

今回のデモ&コンファレンス 2021 in 東京では、「アフターコロナ徹底予測」と題して、「働き方」「IT活用」「カスタマーエクスペリエンス」の3つのテーマについて識者によるディスカッションや講演などを展開した。

働き方

コロナが変えた働きがい やりがいと働きやすさ

まず11日、さまざまなセンターのマネジメント経験を持つカルディアクロスの和泉祐子氏と、「働きがいのある会社ランキング」を毎年実施しているGreat Place to Work Institute Japan (以下、GPTW)の小林順子氏が、コロナ禍で変わった「働きがい」「働きやすさ」を主題に対談した。

まず小林氏は、GPTWが実施した調査結果をもとに、働きがいと業績/離職予防効果との因果関係

について示唆。そのうえで、「働きがいのある会社」とは、「働きやすさ」と「やりがい」が兼ね備わった組織であると強調した。「働きやすさは環境などの衛生要因、働きがいは動機付け要因を指します。前者には、清潔さや安全性に加え、理念や対人関係、給与などが含まれ、後者は承認や仕事内容、責任、昇進などです」(小林氏)。

これらの要素はコールセンターにも当てはまる。小林氏が示した、働きやすいセンターの条件は「シフトの融通が利く」「システムなどサポート体制が整っている」「労働負荷と報酬のバランスが取れている」の3つ。一方、働きがいのあるセンターには、「顧客からの感謝の言葉、周囲からの信頼、昇級、経営貢献の4つが必要」(小林氏)と提言した。

一方、和泉氏はアフターコロナの展望について、「時代や環境の変化に合わせて従業員と誠実に向き合い、コロナ禍をきっかけに他業種から流入してきた人材をいかに囲い込むかが重要です」と強調。両氏の見解は「経営者やマネジメントと現場の従業員とのコミュニケーションの重要性」に関して一致したといえる。

IT活用

コールセンターのDXとは 具体的なプロセスを議論

永遠のテーマでもあるIT活用については、「DXの現在地から予測するCSとコンタクトセンターの“近未来IT”」と題して、日本アイ・ビー・エムデジタルサービスの代表取締役社長の井上裕美氏と、CXMコンサルティング代表取締役社長の秋山紀郎氏が対談した。

はじめに、3つのDXフェーズについて井上氏が説明し、「持続的なDXを実践することが重要」と強調した。秋山氏の「DXを可能にするポイントは」との問いには、「DX人材が、受注する側のベンダーだけでなく発注側の企業にも在籍し、共創することです」と井上氏が回答。DXは一度の変革で実現できるものではなく、トライ&エラーを繰り返し自社に最適なデジタル環境を創り続けていくことと言えそうだ。

そしてDXに欠かせないのがダイバーシティ&インクルージョンの視点だ。「ともすれば女性活躍と捉えられがちですが、それだけではなく、世代、国籍、LGBTなどさまざまです。チャットボット

や音声認識は多様な価値観を持つ人たちが使うことで、アンコンシヤス・バイアスを取り入れていくことが可能になります」(井上氏)

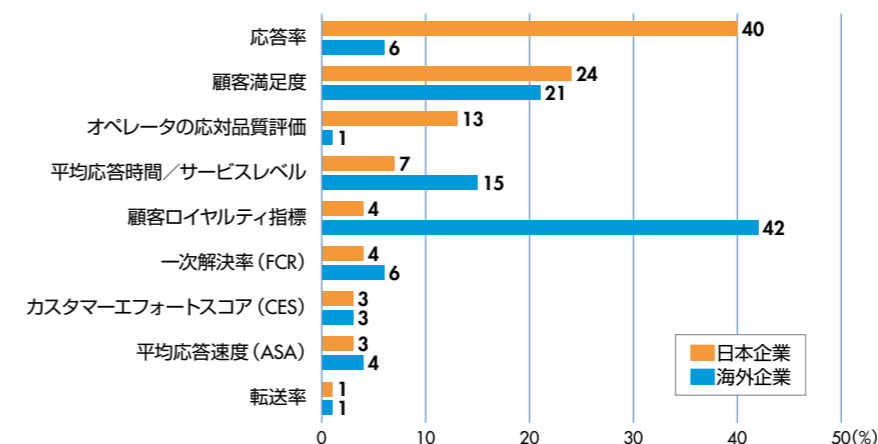
IBMではこうした人材育成の一例として、WatsonはじめあらゆるITツールをクラウド上に置き、分野外の社員も自由に触ることができるようにしている。秋山氏は「一挙にジャンプするのがDXと思われがちですが、さまざまな意見を取り入れ、アジャイル型で繰り返していくうちに1年後には変革を遂げているのがDXだということです」とまとめた。

カスタマーエクスペリエンス

グローバル調査と比較 センターの課題と「現在地」

カスタマーエクスペリエンス向上は、ここ数年来、国内のコールセンター運営企業にとって最大のテーマと言っても過言ではない。

図 顧客体験(CX)向上のために重視するKPI(日本企業 n=68、海外企業 n=71)



日本アイ・ビー・エムデジタルサービス 代表取締役社長 井上裕美氏(左)、CXMコンサルティング 代表取締役社長 秋山紀郎氏

デロイト トーマツ コンサルティング 執行役員 住川誠史氏

それは、米国や欧州でも同様だ。デロイト トーマツ グループは、「グローバルコンタクトセンターサーベイ」を実施、その内容の一部を公開している。国内の調査と分析を担当したデロイト トーマツ コンサルティング 執行役員の住川誠史氏は、「グローバル調査との比較に見る 国内コールセンターの『現在地』」と題して登壇、さまざまな視点でセンター運営の現状と課題を解説した。

KPI設定はCX視点ではない?! 「応答率」は管理手法にも課題

住川氏は、「センターの運営戦

略は、カスタマーエクスペリエンス向上を訴求する企業は大幅に増えています。しかし、問題は“KPI”の設定にあります」としたうえで、「日本企業は、生産性向上が大きなテーマだった従来同様、応答率重視のスタイルを崩さない。海外企業で応答率を重視している回答比率は6%に過ぎず、多くはNPS(ネット・プロモーター・スコア)を重視している」と説明(図参照)。さらに、応答率についても、「重要な指標だが、月単位で平均をチェックするだけでは、帳尻をあわせることが可能。もっと詳細に時間帯ごとにモニタリングすべき」とその問題点を指摘した。

さらにチャットやチャットボットなどのノンボイス・チャネルの動向や、コロナ禍で急速に普及した在宅センターについての調査結果も紹介、欧米各国との違いをベースに国内企業が抱える課題を具体的に抽出。国内コールセンターの「現在地」を示す濃厚な50分間だった。



カルディアクロス 代表 和泉祐子氏(左)、Great Place to Work Institute Japan コンサルタント 小林順子氏