

解約「阻止」はしない！ ニーズを聞き出し未然に防ぐ

月額課金制のサービスは、「継続率」が重要な経営指標だ。コールセンターは、顧客からの解約の申し出にはリテンション（解約抑止）を実施、引き留めて継続につなげることが少なくない。

スカパー・カスタマーリレーションズも従来、各種割引サービスの提示など一般的な解約抑止策を実施してきた。しかし効果は一時的で、一定期間が経過すると結局、解約に至ることが多かった。そこで発想を逆転。無理な解約阻止は実施せず、「楽しんで視聴してもらう」ためのコンサルティングや、「再契約」を見据えたコミュニケーションに力を入れた(図)。

とくに新規加入時は、視聴したい番組やジャンルを徹底的にヒアリングし、要望に応じたプランを提案、ニーズとのミスマッチを回

避する。品質保証チームの傳川一美氏は、「最初が肝心。サービスの利用定着を見据えた接客を目指しました」と強調する。

解約を希望されたときは、その原因や顧客の好みをヒアリングしたうえ、顧客が把握していないであろう楽しみ方を提案する。提案がマッチしない場合は、無理に引き留めない。しかし、「再契約」を見据え、解約中でも気になる番組が探せる番組検索アプリや無料視聴ができるサービスデーの日程、お得な再加入方法など、一般的にはあまり訴求していない内容を含めて積極的に案内する。目黒センターコミュニケーションプロデュースUnit長の福井 桃氏は、「無理に引き留めないことで、解約後、気軽に再加入しやすい雰囲気作りを心がけています」と説明する。



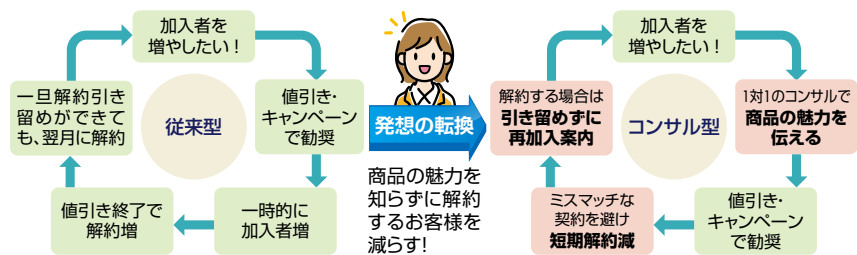
写真 左から、CXデザイン部 品質保証チームの傳川一美氏、同部目黒センターコミュニケーションプロデュースUnit Unit長の福井 桃氏

マインド/会話力/PC操作 優秀なオペレータのやり方を共有

こうしたコンサル型対応には、オペレータの高いコミュニケーションスキルが欠かせない。傳川氏は、オペレータ育成で重視したポイントとして、「コンサル型対応は引き留めではなくお客様のための情報提供」というマインドの啓蒙を第一に挙げた。テクニック面の指導では、優秀なオペレータのノウハウを広く展開することに注力。声のトーンや画面操作の様子が分かる動画を使って指導した。

結果、顧客に寄り添う対応を実現。継続率・再加入率は上昇し、早期解約率も改善した。福井氏は、「コンサルティング対応は難しいものの、お客様が喜んで下さるとオペレータもやりがいを感じてくれます。今後も人材育成に注力します」と語った。

図 従来型の解約抑止から、コンサル型の解約抑止へ



従来の課題 「どうしたら解約を思いとどまっていただけるか」だけを考え、解約原因の根本解決ができていなかった。一時的に解約抑止ができて、早期解約の増加傾向は止まらなかった

現在の方針 「どうしたら楽しんで視聴していただけるか」を考え、お客様との対話に重点を置いた

成果 早期解約減・再加入率増