

NTTマーケティングアクト

経営に貢献するセンターのあり方を
クライアント事例を中心に披露

NTTマーケティングアクトは、コンタクトセンターがさらなる経営貢献を目指すための方策について事例を中心に紹介した。

冒頭の挨拶で中田晴夫社長は「リーマンショック以降、コンタクトセンタービジネスも厳しさを余儀なくされたが、昨年末から明るい兆しがみえてきた。この間、当社の業績は堅調で、顧客(クライアント)数、売り上げ共に右肩上がりです。推移している」と現況に触れ、そして「顧客対応品質が企業ブランドを左右し、経営戦略上、コンタクトセンタービジネスの重要度がますます高まっている。これを踏まえてニーズに的確かつ柔

軟にこたえていきたい」と述べた。

続いて、日本能率協会コンサルティング 経営革新本部CS チーフ・コンサルタントの蛭田 潤氏が「経営に貢献するコンタクトセンター変革の秘訣」と題して基調講演を行った。

そして事例講演では、「拠点集約によるサービス向上と業務効率化」をテーマに、生活協同組合コープこうべ 無店舗事業部 協同購入ひまわり 業務改革推進チーム課長の本木 時久氏、「センター・リロケーションとアウトソーシングによりもたらされた効果」をテーマに、日本ビューレット・パカード ボリュームダイレクト オペレーションズ部 マネージャーの



NTTマーケティングアクトの中田晴夫社長

渡邊邦雄氏、「先進技術の活用によるコンタクトセンターの強化とプロフィット化の実現」をテーマに、NTT西日本 法人営業本部 コンタクトセンタービジネス推進室の酒井崇充氏が、それぞれ取り組みを紹介した。本木氏は、注文センターと問い合わせセンターの設置により、電話対応レベルの標準化や人員配置の適正化、配送センター事務職員の省人化などを達成したプロジェクトの成果を説明。また、渡邊氏はプリセールスを担う福岡センターにおけるアウトソーシングの効用を述べた。

もしもしホットライン

コールセンターの現場力を高める
「5W1H」のアプローチを紹介

もしもしホットラインは、コールセンターの現場力を高める業務改革に必要な視点とそのアプローチを「5W1H」で紹介した。

冒頭の挨拶で竹野秀昭社長は「昨年、対面サービスに特化した子会社を経営統合したことによりグループのシナジーを発揮し、非対面のコールセンターと対面の訪問サービス、さらにバックオフィス系業務を組み合わせてトータルソリューションの提供を一段と推進できるようになった」と、同社サービスの優位性に触れた。そして、「主力サービスのテレマーケティングにおいては、いかに現場力を高めるかが改めて問われ

ている。5W1Hで多角度からポイントを抑えることは重要」と、同セミナーの意義を強調した。

講演は、まず「Where & Why / 気付きと理由: コールセンターのどこを改革するのか。その理由は」と「What / 実態: コールセンターの実態を把握するには」をテーマに、公共ライフライン事業部 事業部長の中島俊明氏が説明した。中島氏は、何処から何(課題)を探るのかについて、①KPI、②目視、③ヒアリング、④アンケート、⑤「お客様の声」の5つのポイントを掲げ、それぞれで探るべき課題を挙げた。そして、どう改善に導くのかの方策を示した。



もしもしホットラインの竹野秀昭社長

続いて「Who / 主役: コールセンターの現場改革の主役は」と「When & How / 時間軸と手法: コールセンターの現場改革の時間軸と実行手法は」をテーマに、同事業部 関西グループ オペレーションマネージャーの丁門広充氏がコールセンターの組織体系や「人財」教育とは何かについて、事例を交えながら説明し、理想とする最強のオペレーション体制を提示した。さらに、関西支社 支社長の土屋 到氏がコールセンターの現場力について総括し質疑応答を行った。