

特別企画

コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2006 誌上レビュー



総括

「経験と実践の科学」でセンターの課題を検証

特別コンファレンス

「経営」「現場」両視点でマネジメントを紐解く

実践研修講座

体得型の双方向・演習型セミナーを開催

プライベートセミナー

NEC・NTTソルコ・富士通、コールセンターの“あり方”を提言

展示会

IPからモニタリングまで500製品/サービスが集結

センター運営は『経験と実践の科学』 IT/マネジメント両面からあるべき姿に迫る

2006年11月16日・17日の両日、コンピューターテレフォニー、CMPビジネスメディアが主催する「第7回コールセンター / CRM デモ&コンファレンス」が開催された。今回は、「進化への発見 これが次代へのキーワード」を総合テーマに展示会や編集部プロデュースによる特別コンファレンス、スポンサー各社によるプライベートセミナーに加え、少人数を対象とした「実践研修講座」を開催、例年を上回る来場者が集まった。

コンピューターテレフォニー誌およびCMPビジネスメディア主催の「コールセンター / CRM デモ&コンファレンス2006」が、11月16日・17日の両日、東京・池袋の池袋サンシャインシティ・文化会館で開催された。

7回目を数える今回の総合テーマは「進化への発見」。コンタクトセンターは「経験」と「実践」の科学というサブタイトルを銘打ち、その位置づけやマネジメントを進化させる取り組みやソリューションが数多く紹介された。

国内のコンタクトセンターは、その役割の変化が著しい。単なるお客様相談窓口から、セールスやマーケティング拠点に進化した事例も多い。また、ここ1～2年はVOC（Voice of Customer = 顧客の声）を蓄積・分析する経営拠点としての活

用事例も増えている。そのため、ITの活用レベル向上のみならず、現場のオペレーションを改善する動きも盛んだ。

こうした課題を反映して、今回のイベントにはコンタクトセンター運営企業のマネジメント層を中心にテレマーケティング・エージェンシー、関連ベンダーの関係者など、前回は大きく上回る来場者が集った。

140以上の出展企業・団体が 新製品 / サービスのデモを展開

今回のコールセンター / CRM デモ&コンファレンスは、展示会、特別コンファレンス、プライベートセミナー、ワークショップという前回のプログラムに加え、少人数を対象とした実践研修講座を新設した。

展示会では、140を超える企業・

団体・自治体が出展。IPプラットフォームからテキストマイニング、音声認識システム、オペレータ評価ツールやヘッドセットまで、500以上の製品・サービスが展示された。また、各社ともに目玉ソリューションやサービスのデモンストレーションを展開、来場者からの質問に答える姿も多く見られた。

また、前回同様、企業誘致プログラムを用意している地方自治体では、資料配布やパネル展示で地方進出を検討するセンター関係者にそのメリットを訴求した。

展示会場内に5つの部屋が設けられたワークショップでは、出展企業などからソリューションの詳細な説明や事例紹介が行われ、多くのセッションで定員を上回る来場者を集めた。



数々の質問が飛び交った特別コンファレンス



教材を利用した実践研修講座

経営 / 現場 2つの視点で センターの課題を検証

ITツールが一堂に集まった展示会場では、「次に導入するソリューション」の検討のために多くの来場者が集まったが、7階で開催した特別コンファレンスでは、「経営」「現場」両方の視点から抽出した具体的な課題(テーマ)を設定、コンサルタントや先進各社による講演やパネルディスカッションが開催され、2日間ともに約100名が受講した。

初日のテーマは「経営視点におけるコンタクトセンター活用」。コンタクトセンターのサービスに科学的なアプローチを試みた基調講演をはじめ、VOC活用事例や収益につながるセンター運営について講演とパネルディスカッションが行われた。

2日目は、視点を現場に移し、永遠の課題とされる「人材管理」について同様のセッションが組まれた。派遣社員をはじめとした非正規雇用者を主力スタッフに据えるセンターが多いなか、モチベーション向上施

策など「人がやめないセンター」を目指した取り組みに多くの質問が飛び交った。

一方、プライベートセミナーは、NTTソルコ、NEC(いずれも初日)、富士通(2日目)が実施された。NTTソルコは、コンタクトセンターを経営戦略の一翼を担う位置づけとし、その運営最適化に向けた取り組みを紹介。NECは、自社(グループ会社)のコンタクトセンター事例をベースにマネジメントを「見える化」する施策を詳細に解説した。また、富士通は、「コンタクトセンターのあるべき姿」をテーマに、自社の中心ソリューション「BroadChannel」の機能やコンタクトセンター事例を紹介した。

今回、初めて開催された「実践研修講座」は、少人数を対象にインタラクティブ性を重視した研修スタイルによる講座。「クレーム対応」「モニタリング」「アウトバウンド」の3つのテーマを設定し、それぞれの専門家による教材を活用した実践形式の教室が開かれた。それぞれ30～50名という募集枠に対し、すべての

講座に定員を大幅に上回る申し込みがあり、いかに現場で大きな課題として捉えられているかをうかがい知ることができる。

例年を上回る来場者数 参加者間の交流も活発に

好天にも恵まれ、例年を上回る来場者が集ったコールセンター / CRM デモ&コンファレンスだが、それだけにセンター運営やCRM実践に向けた課題が山積していることを反映しているといえる。

また、特別コンファレンスや実践研修講座の参加者は、講師を含めた出席者間でコミュニケーションを深める場面が多数見られた。一方、展示会の出展企業にとっては、新製品やサービスをユーザー企業に直接訴求できる数少ない機会と捉えられているようだ。

今回は、2007年11月に開催する予定だ。1月からWebサイト(<http://www.callcenter-japan.com/>)で概要に関する案内を開始する。



多くの来場者でにぎわう展示会場



定員を上回り立ち見も出たワークショップ