

## クレーム対応・モニタリング・アウトバウンド 双方向・演習型セミナーで解決策を体得

「クレーム対応」「モニタリング」「アウトバウンド」の3つをテーマに、演習やレポート作成などの体験的要素を多く取り入れたインタラクティブな研修を開催。グループワークでは受講者同士が活発に意見を応酬し合い、そのなかから実効性のある解決策も生まれた。受講者は、ノウハウに加え各種ツールも取得した。

今回初の試みとなる実践研修講座。少数限定で開催された「実践！クレーム対応講座」「実践！モニタリング講座」「実践！アウトバウンド講座」は、いずれも満員。各講座では、一方的なレクチャーに留まらずケーススタディに基づく演習やグループワークなど、講師と受講生および受講生間の活発なやり取りが展開された。

### 実践！クレーム対応講座 クレーム顧客の心理に基づく「してはいけない対応」を検証

クレーム対応講座では、インソースの舟橋孝之氏(同社社長)と橋本広美氏が講師を務め、50名の受講生を対象に最新データに基づくクレームに対する知識と具体的な対応方法を公開、半日間にわたり研修し

た。舟橋氏は、ニーズの多様化を背景にクレームが増加しているという現状や、CS向上を目的としたクレーム対応の必要性を講義。その後、クレーム対応の基本手順 顧客の主張を理解する・事実を確認する・解決策を提示する・お詫びと感謝をする・クレームの内容を社内で共有するといった各フェーズにおけるノウハウを解説した。

さらに、「善意のクレーム」「悪意のクレーム」など、クレーム顧客のさまざまな心理を説明。そのうえで、対応の後回しや対応業務の押し付け合い、クレームのきっかけを作った犯人探しなどかえってクレームを悪化させる原因となるため行ってはいけない「すべからず集」を挙げた。

後半は、講義内容を踏まえた例題演習を実施。演習は6～8名ほど

のチーム単位で行った。「配送ミスに関するクレーム」「オペレータのトークスキルに対するクレーム」などサンプルとして挙げられたいくつかのクレーム事例をもとに各チームが対応方法を検討。その後、ロールプレイング形式で発表し、クレーム対応評価シートを使って各対応を相互検証した。

### 実践！モニタリング講座 ポイントは子音「い」の明確さ サンプル音声で「聞き方」を指導

モニタリング講座はクレーム対応講座と同じく、50名が受講。メディアアクリエイトの三島麻子氏(同社社長)が、適度なコール数の算出方法やモニタリングをもとに改善できるコールセンターの課題などについて講義した他、演習を交えながら半日にわたり研修した。

演習では、受講者にモニタリング評価シートを配布しサンプル音声を聞きながら実際にモニタリングを実施。「ありがとうございますの“り”や、申し訳ございませんの“し”など、子音“い(い)”の段をはっきりと発音しているオペレータは、明るい印象があると評価してよい」と、具体的な評価のポイントを紹介した。

使用した評価シートについては設計条件を公開。受講者は各評価項目の定義や

評価基準を習ったうえで、汎用的なモニタリングの評価方法を学んだ。

自社でモニタリングシートを作成する際のポイントにも触れ、「チェック結果は可視化し、良い点・弱点がひと目でわかるようデザインする」「目的ごとに標準シートを作成しておき、頻繁な変更をしないようにすることで、時系列でセンターや個人の変化を正しく捉えることができる」など細かいノウハウを1つひとつ解説した。

演習実施中は三島氏に加え5名のアシスタントが教室を巡回しながら1人ひとりの疑問・質問に適宜対応、全受講者をきめ細かく育成していた。演習後は、同社が提供するモニタリングツール「テレホンコーチ」で出力される評価診断チャートの読み方やフィードバックのポイントなども解説した。

### 実践！アウトバウンド講座 「スクリプト作成は顧客視点で」 ツールの作り方を細かく指導

アウトバウンド講座は午前・午後



メディアアクリエイトの三島麻子氏(左)と、インタラクティブに展開したモニタリング講座



にわたって1日間実施。市場通信の石橋由佳氏が講師を務め、アウトバウンドの目的や戦略をまとめたコール設計書およびトークスクリプトの作成からモニタリング、トレーニング手法までアウトバウンド業務全般にわたる幅広いノウハウを詰め込んだ研修を展開した。

参加した30名の受講者は5チームに分かれ、各種ツールの作成やロールプレイングをチーム単位で行った。講座開始直後は石橋氏が受講生の発言を促すことも少なくなかったが、昼食を挟み午後になるとそれぞれのチームに自然とリーダー

役が生まれ話し合いは活気溢れるものとなった。

作成したコール設計書やトークスクリプトなど各種ツールは全て、チームの代表者によって全受講者に披露された。各チームの発表に対し石橋氏は、「1語ずつ区切った話し方は伝わりやすい」「もう一度お電話してもいいですか」と聞くのは、断られることが多いのでスクリプトに入れないほうが良い」「商品購入メリットの内容が顧客視点に基づいていない」など良い点・悪い点を指摘、発表者のみならず受講者は一様にその都度、新たな気づきを得ていた。

### インタラクティブな研修に 受講生は最後まで集中

3講座とも、満席の場内を講師が歩き回ったり受講生に挙手を求めてアンケートをとるなど、終始インタラクティブな形式で研修は進んだ。また、受講生は講座資料のみならず、それぞれのセンターですぐに活用できる実用的なマネジメントツールも持ち帰った。



インソースの舟橋孝之氏(左)と壇上の橋本広美氏(中央)演習に取り組むクレーム対応講座の受講者(右)



市場通信の石橋由佳氏(左)と、談笑するアウトバウンド講座の受講者

