

ベンダー管理 / ナレッジ / WFM / SaaS トレンドを占う「4大キーワード」を解説

10周年記念セッションでは、近年のトレンドの中から「ベンダー管理」「ナレッジ」「WFM」「SaaS」の4つをテーマに、コールセンター業界を代表する有識者の講演と、ソリューションを提供するベンダー各社のプレゼンテーションを展開した。

<ベンダー管理> 要件定義と成功基準、SLAの設定 単純ではない選定基準の最適化

記念セッションのトップは、『アウトソーサーとの付き合い方』をテーマに、マネジメントフレームワークを用いた研修やコンサルティングを行っているプロシードの澤田哲理シニアコンサルタントが講演を行った。

認証規格COPC-2000をベースに、アウトソーサーの選定基準について解説、さらにアウトソーサーとの関係構築には、ライフサイクルを正しく把握する必要があると総括した。

澤田氏は、「要件定義を明確にし、成功基準の指標であるRFx(提案依頼書、情報依頼書、見積依頼書

などの総称)を発行したうえで、評価基準をもとに選定と契約を行う。それに準じたプログラムを実施、取引や契約終了するといった一連の流れに基づき関係を構築することが重要です。また事前に、契約書、委託業務に関する詳細な事項を指示するSOW(業務仕様書)、サービスレベルを保持のために行う内容を示したSLA(サービス品質保証契約)の3点を揃えることがよい関係を保つコツです」と語った。

続いて、ベンダー側からのパートナーシップ確立について、テレマーケティングジャパン マーケティング推進本部 高井康洋本部長、富士通コミュニケーションサービス シニアビジネスコンサルタント 加藤紀行氏、トリニティ コミュニケーションズ 代表取締役 石塚良樹氏

ト、トリニティ コミュニケーションズ 石塚良樹代表取締役が、各社の取り組みを語った。

<ナレッジ管理> 「可視化」「標準化」「付加価値化」 「センター発」で全社情報共有を促す

午後の講演は、日本能率協会コンサルティング CS・マーケティング部の蛭田潤コンサルタントが、『コンタクトセンター、情報共有による生産性向上』をテーマに、企業全体の情報共有におけるコールセンターの役割や、蓄積したナレッジを有益な情報に変換し効率的に活用することの重要性を説いた。

「ナレッジは、センターの価値観や中核となる“可視化”、高い対応水準のための“標準化”、後処理方法や改善改革につながる“付加価値化”の3段階に分かれており、どの部分をナレッジとして整理しているのか、また補充や強化すべき点を確認するべきです」と蛭田氏は実践ポ

イントを説明した。また、ナレッジベースは顧客、オペレータなど、対象層により活用方法が異なる。とくに、センターのオペレーションにおける具体的な改善ポイントの抽出が、全体の改善に必要といえる。

一方、実際にナレッジソリューションを提供するジャストシステム 能本秀樹副部長、野村総合研究所 神田晴彦コンサルタント、NEC 早瀬俊一部長が、スムーズな対応実現のための課題抽出とITツールの活用事例などについて説明した。

<WFM> 予測再現性の有無から過大な期待まで 失敗を防ぐ「3つの検討要因」

2日目は、『見える化による人材管理 WFMシステムの効果的導入方法』と題し、国際宅配便サービスのディー・エイチ・エル・ジャパンの執行役員を務める木村真理子カスタマーサービス本部長が、WFMの導入事例と運用ノウハウについて語った。

木村氏は、「導入により、業務負荷が減るとは一概には言えません。マネジメント担当者は、ワークロードに影響する要因を踏まえ、修正や加工したデータを投入する作業が増えます。またSVは、15分単位の入呼予測ができ、スケジューリングしやすいというメリットがある一方、細かい修正や確認事項が増えます。導入に失敗する理由は『トレンド性が低いのに導入した』『不合理で多大な期待を抱き過ぎた』『ステークホルダーの mindset を正しく行っていない』の3パターンに分かれます。導

入にあたっては、この3つを踏まえたうえで、センターの状況などを再度確認する必要があります」と総括した。

続いて、WFM導入により人材 / スキル管理にもたらされる効果について、ベリントシステムズジャパン 二村勝男マネージャー、東電通 宮城秀典部門長、P&Wソリューションズ 大宮俊之代表取締役、バーチャレクス・コンサルティング 齋藤実マネージャー、アートソフト 兵庫清康アカウントセールスが具体的に説明した。

<SaaS> 「コストだけの選択」は失敗のもと! センターの将来像を見据えて導入すべし

午後は、幅広いコンサルティングサービスを提供するアビームコンサルティングの秋山紀郎プリンシパルが、『コンタクトセンター向けITアウトソーシング 今、SaaSが求められる理由とは』と題し講演した。

コンタクトセンター業界では、『ピーク時の対応』『運営費の低減』『事業継続性への対応』という課題が発生している。秋山氏は、解決手段の1つにSaaSがあることを語る。

同氏は、「営業効率化ではなくコスト削減がSaaS導入の目的の場合、契約期間が長くなるに従い、必要な機能まで絞り込むことになりかねません。確かにSaaS型でのシス



プロシードの澤田哲理氏(左上)、日本能率協会コンサルティングの蛭田潤氏(左下)、ディー・エイチ・エル・ジャパンの木村真理子氏(右上)、アビームコンサルティングの秋山紀郎氏(右下)

テム導入は、迅速かつ柔軟性が高く、初期導入費が抑えられるといった条件を満たしています。また、在宅勤務者を活用するバーチャルコールセンターの実現も可能です。その反面、提供企業やネットワークの安定性、セキュリティといった課題はあります。しかし今後、市場が拡大するなかで解消・解決されていくことが予測されます」と解説した。

最後に、コラボス 経営企画部長 嶋美生部長、ホワイトパジャマ・ジャパン セールス・マーケティング部 宇木大介ゼネラルマネージャー、コスモコム・ジャパン 發知哲男代表取締役社長、マイクロソフト 齋藤誉パートナーアカウントエグゼクティブが、業務要件やIT戦略、中長期的なROIを含めて導入するべきであると語った。

図 10周年記念セッションプログラム

	11月13日(木)	11月14日(金)
ベンダー管理	『アウトソーサーとの付き合い方』 プロシード シニアコンサルタント 澤田哲理氏 【プレゼンテーション】 テレマーケティングジャパン マーケティング推進本部 本部長 高井康洋氏 富士通コミュニケーションサービス シニアビジネスコンサルタント 加藤紀行氏 トリニティ コミュニケーションズ 代表取締役 石塚良樹氏	『見える化による人材管理 WFMシステムの効果的導入方法』 ディー・エイチ・エル・ジャパン 執行役員カスタマーサービス本部長 木村真理子氏 【プレゼンテーション】 ベリントシステムズジャパン セールス&マーケティング マネージャー 二村勝男氏 東電通 ICT事業本部 営業部 マーケットクリエイション部門 宮城秀典氏 P&Wソリューションズ 代表取締役社長 大宮俊之氏 バーチャレクス・コンサルティング コンサルティング事業部 第二セールスグループ マネージャー 齋藤実氏 アートソフト 営業部 アカウントセールス 兵庫清康氏
ナレッジ管理	『コンタクトセンター、情報共有による生産性向上』 日本能率協会コンサルティング CS・マーケティング部 蛭田潤氏 【プレゼンテーション】 ジャストシステム ソリューション営業部 副部長 能本秀樹氏 野村総合研究所 コンサルタント 神田晴彦氏 NEC 第一ネットワークソリューション事業部 ソリューション推進部 部長 早瀬俊一氏	『コンタクトセンター向けITアウトソーシング 今、SaaSが求められる理由とは』 アビームコンサルティング プリンシパル 秋山紀郎氏 【プレゼンテーション】 コラボス 経営企画部 部長 嶋美生氏 ホワイトパジャマ・ジャパン セールス・マーケティング部 本部長 宇木大介氏 コスモコム・ジャパン 代表取締役社長 發知哲男氏 マイクロソフト パートナーアカウントエグゼクティブ 齋藤誉氏