

“ストレス対処法”と“顧客経験価値” 現場視点と経営視点で『次の一手』を示唆

2日間にわたって開催された基調講演。初日はセンターにおけるストレスマネジメント、2日目は主に顧客接点の最適化がもたらすリテンションをテーマに設定した。現場視点の管理手法と、経営視点における顧客囲い込み施策に関する専門家の解説は、いずれも満席の聴講者の関心を引いた。

ストレス管理は事後処理ではない 「予防のための教育」が肝要

26日の基調講演は、大阪人間科学大学大学院人間科学研究科の山田富美雄教授による「コールセンターのメンタルヘルス ストレスマネジメント教育介入プログラム」が行われた。

コールセンターのスタッフに対するメンタルケアは、マネジメント層にとって、対応品質の維持・向上や離職予防の観点から極めて大きな課題とされている。山田教授も、「離職率も、一般的に高いとされている看護師や介護関係の仕事よりも高い」と指摘したうえで、基本ポリシーから介入方法を具体的例を挙げながら解説した。

「最も重要な考え方は、『事後処理』でも『治療』でもないということ。一見、対象外と思われるスタッフに対して予防の観点からアプローチすることがポイント」としながら、原因となるストレスと結果であるストレス反応の査定とフィードバック、知識啓蒙や科学的アプローチである認知行動理論について説明。参加者全員に「リラックスするためのストレッチ体操」を伝授するなど、具体性・即効性の高い講演

に満員となった参加者は熱心にメモを取っていた。

受講者アンケートには、「ストレスマネジメントについて今まで得た情報を整理することができた。職場での教育に活用したい」「ストレッチは会社に帰って皆に教えたい」「仕方がないとあきらめていたが、論理的に説明してもらったのもう1度考え直したい」などの声が寄せられた(山田教授の研究内容に関しては18ページの「CTインタビュー」に収録)。

“顧客の経験”をマップに描く 仮説検証のプロセスを解説

27日の基調講演は、コンサルファームであるプライスウォーターハウスクーパーズ CRMソリューション統括責任者である中本雅也パートナーが「経済危機時代を乗り切るリテンション・マネジメント～顧客関係性強化の具体策と活用法～」と題して、主に近年注目されているカスタマー・エクスペリエンス(顧客経験価値)の実践に関してマネジメント手法などを詳細に解説した。

中本氏は、2008年以降の金融危機に伴う環境の変化について「景気が本格的に回復するにはまだ時間がかかる。収益安定のためにも

顧客との関係性を今まで以上に強めなければならない」と指摘。従来以上に綿密な顧客ターゲットングが必要と説いた。

さらに、具体的な顧客囲い込みを図った取り組み事例を社名を挙げながら解説したうえで、顧客ロイヤルティを高める手法としてカスタマー・エクスペリエンス・マネジメント(CEM)の導入について手順を説明した。

具体的には、「快適な体験、心地よい体験、感動の提供が顧客ロイヤルティを増幅する」という基本的な考え方に基つき、顧客の種類を6段階に分類。最も上位層の顧客を「アドボケート(推薦)」と定義した。これは、「顧客自身が積極的に他者に推薦し、新規顧客を呼び寄せる」(中本氏)存在で、同社ではこの育成こそがCEM実践のカギと捉えている。

中本氏は、「単に過去の取引履歴からの表層的な理解に終始してはアドボケート顧客は生まれない。顧客の心理洞察に基づいて、ターゲットとなる顧客の購買行動の仮説を立てること、多様化する顧客接点におけるインタラクティブなやり取りを高い水準で平準化し、顧客の経験を統合・管理することが従来型のCRMからCEMへの進化を促す」と解説した。

さらに、CEMの導入手順として市場調査・分析から再購買に至るまでのプロセスを説明。各顧客接点における顧客経験の調査と弱点——ペイン・ポイントの抽出を含め

た顧客経験マップの作成手順を金融機関の事例を引きながら論理的に語った。

先進性の高いコンセプチュアルなテーマただけに専門用語も多かったが、受講者のアンケートには、「CRMの次ステップとして参考になった」「顧客経験マップのイメージがつかめた」「ペインポイントの話は、顧客対応の業務改善を提案する素材としたい」と、「CRM次の一手」に対する意欲的なコメントが目立った。

基調講演は、早朝からの開始にも関わらず2日間を通してほぼ満席



大阪人間科学大学の山田教授(左)、プライスウォーターハウスクーパーズの中本パートナー(右)



で、「ストレスマネジメント」「顧客リテンション」というテーマに対する関心の高さがうかがわれた。前者はコールセンターの現場マネジメントにおける永遠の課題、後者は低迷する

経済環境下で施策を決定するためのキーワードであり、今後のセンター管理や活用に関するヒントを持ち帰りたいという高い意識の表れといえそうだ。

日本コンタクトセンター教育検定協会

国内初の資格試験制度が正式発足 スキル体系書「CMBOK」もリリース

「推定100万人にもおよぶ就労者が存在する業界に本格的な資格制度を導入したい」(理事長に就任したプロシード社長の西野 弘氏)——国内初となるセンター向けの資格制度・検定を主事業とする社団法人日本コンタクトセンター教育検定協会が発足した。26日、デモ&コンファレンスの会場で説明会が開催され、西日本のコールセンター事業者や運営企業を中心に150名以上の参加者を集めた(写真)。

同協会は、シー・シー・ダブルや日本ATM、NTTコミュニケーションズ、CSK サービスウェア、ソフトバンクBBやソニーカスタマーサービス、日興コーディアル証券など17社で構成されており、事務局は東京・新宿のプロシード内に設置されている。

説明会では、今年度の事業計画として、①コールセンター試験制度設計と更新、②知識スキル体系であるCMBOK(CallCenter Management Body of Knowledge)の構築、③試験事業——について西野理事長と検定協会の澤田哲理氏が説明した。

試験制度に関しては、検定協会内に試験委員会を設置。予定されているプロフェッショナル資格(コールセンター構築/運営マネジメント/カスタマーサービス)、オペレーション資格(スーパーバイザー/オペレータ/エントリー)の6種類のうち、初年度はエントリーを除く5階層で開発・実施する。

CMBOKも専門委員会を2009年から設置しており、コンピテンシー構成と実践レベルを明示することで



「単なる試験対策ではない人材育成システムとしての活用を目指す」(澤田氏)としている。なお、PDFでの販売は6月に予定しており、価格は4000円以内に設定。解説書付きの書籍や認定試験対策テキストなどは8月に販売開始する見込みだ。

試験制度は、すでに予備テストは実施済みで多肢選択式/記述式による客観テスト、論述式/面接による主観評価などを選択・組み合わせる予定だ。受験費用はオペレーション資格は7000円前後、プロフェッショナル資格は1万円前後になる予定。