



GMOメディア

動画で対応テクニックを共有 “全員ハイパーフォーマー”を目指す

ブログやSNSなどのコミュニティやメーリングリストなど約40サービスを提供しているGMOメディア。1400名の会員をサポートしているのが12名のCSスタッフだ。

2013年から新サービスの増加とSNS上のアクティブサポートなどの対応チャネル拡張に伴い、問い合わせ件数が急増。人員増ではなく、メンバーのスキルアップによる品質改善を目指して、「全員ハイパーフォーマー」という目標を掲げた。

「リーズン別の重み×件数」で算出新指標“トータルウェイト”

ハイパーフォーマーの要素として、要望を汲み取る「傾聴力」、優先

順位を決める「判断力」、対応処理能力を示す「効率性」の3つを定義。「傾聴力」「判断力」は、一昨年より取り組みを進めており、新たに「効率性」の強化に着手した。

はじめに行ったのが、「トータルウェイト」指標の作成だ。問い合わせ内容によって難易度が異なるため、対応件数や時間だけではパフォーマンスレベルを把握できない。そこで、対応内容ごとに「重み」を数値化。これに件数を掛け合わせてトータルウェイト指標とした。

この指標をもとにした改善施策が、オペレータの行動観察だ。無料のディスプレイ録画ツールを利用して、問い合わせ件数の多いも



管理部CSグループ 高山真美氏、江川奈穂氏

のを中心に全スタッフの対応手順を録画。毎月、月初に作業内容を確認し、各人の問題点を洗い出して「ローパーフォーマーにありがちな行動傾向」「ハイパーフォーマーだけが持つスキル」を把握・共有した。とくに高いパフォーマンスをもたらした「今月のすごテク」としてミーティングで発表。結果、「1件あたりの対応時間が減少し、目標のトータルウェイトの下がり幅が抑えられました」(管理部CSグループ 高山真美氏)。

動画の仕組みは、新人研修でも活用している。電話の使い方や対応手順、管理画面の使い方など、一度聞いただけでは覚えにくいものを中心に動画を作成した。管理部CSグループ 江川奈穂氏は「いつでも反復学習できる環境によって、新人の成長スピードが上がり、トレーナーがサポートする時間も削減できました」と成果を話す。

今後は、FAQサイト上の動画も拡張し、さらなる顧客満足、問い合わせ前の問題解決率向上を目指す。

図1 新指標「トータルウェイト」

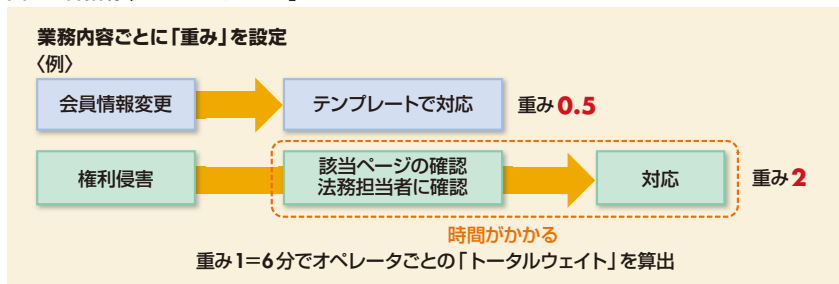


図2 センター全体のトータルウェイトの変化

