

エンゲージメント、ノンボイス、DX センターの価値を高める3テーマを議論

ストラテジー分科会

顧客理解を真に深める 成功事例に学ぶVOCの社内還流

ストラテジー分科会のテーマは「CS部門の戦略基盤『顧客理解』を深める！『VOC活動』徹底検証！」だった。分科会リーダーのISラボ代表、渡部弘毅氏がモデレータを務め、パネリストにはブックオフコーポレーション カスタマーコミュニケーション部長の菊谷一郎氏とメルカリの関連会社、ソウゾウ Director of CSの山田和弘氏が登壇した。

渡部氏は冒頭で「CS部門からの情報発信は、経営層や他部門に活用されず、徒労に終わることが少なくない」と課題を示した。こうした中においても、ブックオフおよびメルカリでは顧客接点の情報を社内の経営改革に活用している。

ブックオフの菊谷氏は「経営視

点でデータを見る“意識”の醸成が何より重要。どのKPIが伸長することで事業貢献できるかなど、ビジネスKPIを理解できる人材を増やすことが、組織力を高めることにつながります」とビジネスセンスの重要性を指摘した。

ソウゾウの山田氏は「全体を把握するためには、定量データのみを見がちですが、それだけでは売り上げ創出のフローや仕組み改善の具体的な施策に落とし込みにくい。メルカリは、グループ全体でさまざまなアプローチで全社員がVOCに触れる機会をつくり、定性データから関心を広げる環境を整備しています」と話す。例えば社内の壁紙一面にVOCを掲出したり、カフェスペースでドリンクをオーダーする際にVOCが入ったカプセルをもらえるなど、楽しみながらVOCに親しむ施策を行っている。

会場は満席で、参加者らは経営貢献するための具体的な施策やアプローチを熱心にメモしていた。

マネジメント分科会

エンゲージメントを醸成する KPI管理とコミュニケーション設計

マネジメント分科会は、「メール/チャットでエンゲージメントを醸成！事例にみるKPI管理とコミュニケーション設計」と題したパネルディスカッションを行った。freeeの木下睦子氏、nijitoの山下未紗氏、Me-Riseの東峰ゆか氏がパネリストとして登壇。モデレータは、同分科会リーダーのクリエイティブキャリアの寺下 薫氏が務めた。

まず寺下氏が、ノンボイスチャネルの共通課題として、「電話など他のチャネルとの棲み分けや、導線設計など。ターゲットを誰にすべきか、離脱しない導線、KPIの設定などについていまだ明確な答えはなく、議論が尽きない」と解説した。

これを受けて、木下氏は自社の有人チャットの取り組みを紹介。「ユーザー目線で当たり前のサポート品質を提供することを目標にしている」と方針を説明したう

で、主要なKPIとして顧客満足度、放棄率、総合解決率などを挙げた。

一方、山下氏は、「解約阻止や申し込みの回数制限などをあえて行わないことが、自社製品へのエンゲージメントを高めている」とロイヤルティ醸成に関する取り組みについて話した。

両社の取り組みを聞いた東峰氏は、「チャットでは、顧客が読みやすいよう、長い文章にならないためにも書き言葉で伝えることが大事。また、アンケートを顧客満足度調査に取り入れる企業も増えたが、顧客の満足度ごとの係数分析をすると良い」とノンボイスチャネルの品質管理について解説した。

ソリューション/サービス分科会

自動化、AI、メタバース—— 先端ITで実現する「センターDX」

ソリューション/サービス分科会では、巷に喧伝されるものの実体が見えない「コンタクトセンターDX」について、先端ITからそ



マネジメント分科会

左から、freeeの木下睦子氏、nijitoの山下未紗氏、Me-Riseの東峰ゆか氏、クリエイティブキャリアの寺下薫氏

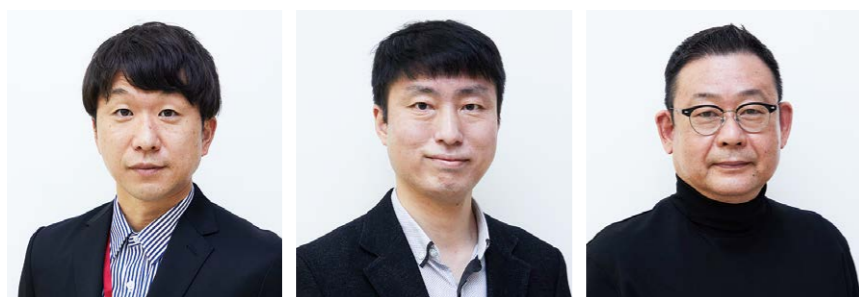
の姿を描き出す試みがなされた。

最初に分科会リーダーを務めるCXMコンサルティングの秋山紀郎氏がDXの定義を再確認。単なるデジタルツールの導入ではなく、デジタルを活用した企業変革こそが真のDXであると指摘し、コンタクトセンター起動のDXキーワードとして、全顧客接点VOC分析やビデオコミュニケーションによるサービス拡大など、新たな取り組みについて解説を加えた。さらに、新たなコミュニケーションの場として期待されるメタバースの現状についても紹介した。後半は、以上の話を踏まえつつ、パネルディスカッションが行われた。パネリストには、NTTコミュ

ニケーションズの熊谷彰斉氏、ベリントシステムズジャパンの森脇健氏、カラクリの向川啓太氏が登壇。まず最初に各社のビジネス概況とデジタル活用案件の状況について紹介した。そのうえで、2つのテーマで議論を交わした。

最初のテーマは、先端ITで「コンタクトセンターDX」はどこまで実現できるのか。自然言語処理における大規模言語モデルや対話型AIの進化により、ボイスボット/チャットボットがどのように変革していくか、どこに課題があるかなどが議論された。また、メタバースについては、アバターには必ず“中の人”がいるため、ボット化が進まない限り人手不足は解消しないという指摘もなされた。

2つめのテーマは、これからのコンタクトセンターのあり方だ。センターは単なる“点”ではなく、顧客接点という“面”の一部と捉えて、全体構造を再設計する。そこに新たにメタバースなどの要素が入ってくると結論づけられた。



ストラテジー分科会

左から、ソウゾウの山田和弘氏、ブックオフコーポレーションの菊谷一郎氏、ISラボの渡部弘毅氏



ストラテジー分科会

左から、カラクリの向川啓太氏、ベリントシステムズジャパンの森脇健氏、NTTコミュニケーションズの熊谷彰斉氏、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏