

オペレータをカスハラから守る「3つのアプローチ」 最終手段は最強集団「お客様相談室」との連携

スカパー・カスタマーリレーションズは、「お客様を大切に」をミッション・行動指針として、「スカパー!」の利用者らのサポートを行ってきた。だが近年、顧客からの過剰要求などの「カスタマーハラスメント案件」が増え、オペレータらが顧客対応へ恐怖心を抱き、健康不良に至るケースが発生。業務に支障をきたし、離職増など人員確保にも影響が出始めていた。

オペレーションマネージャーの福井 桃氏は、「顔が見えないコミュニケーション形態で、年齢も多様、通話料無料で手軽に電話をかけられることから、コールセンターはハラスメントが発生しやすい」と課題について説明した。

オペレータスキルの向上とバックアップ体制の整備

そこで、オペレータを守る3つの対策を講じることにした。

1点目が育成の強化だ。対応力不足によるハラスメント誘発と、

顧客の迫力に動揺して対応できないケースが散見された。このため、「ハラスメントを発生させないための研修」を行い、対応スキルとマインドセットの強化を図った。具体的な内容が図だ。3ステップを理解してもらうことで、顧客の感情的な振る舞いに遭遇しても怯えるのではなく、「困りごとを解決するにはどうすればよいか」を考えるマインドへとシフトできた。

2点目が、サポートツールの活用だ。管理者に対してアラートをあげることができないオペレータもあり、突然退職というケースもあった。また、SVは1人で10～20名のオペレータをサポートするため細やかなフォローも難しく、オペレータの変化に気づきにくい。そこで、感情解析を使ったサポートツールを活用し、「恐怖」の感情を検知するとSVに通知される仕組みを構築。必要なタイミングでオペレータに声がけできるようになった。



お客様相談室の竹淵 優氏、オペレーションマネージャーの福井 桃氏

3点目がハラスメント（セクハラ）入電対策だ。成人向け商品を扱うスカパーでは、契約者を装ったいたずら電話が入ることもある。速やかにエスカレーションするのがセオリーだが、対応するSVの工数がかかる。そこで、オペレータ判断で同社の“最後の砦”でもあるベテラン集団のお客様相談室へ転送する運用に変更。転送を推進するために、動画や掲示物を通して促進した。

一連の取り組みの結果、ハラスメントの対応がわからないという声、気持ちが落ち込むなどの声は大幅に減少した。お客様相談室の竹淵 優氏は「オペレータを守ることとは、結果的にミッションである“お客様を大切に”につながることで、今後もお客様相談室とサポートセンター、協力してミッションを果たしていきます」と語った。

図 クレーム・ハラスメント研修の3つのstep

