


<特別講演>

1200人の顧客体験に見る コンタクトセンターのあるべき姿



矢島竜児（コンピューターテレフォニー編集部）
<http://www.callcenter-japan.com/>

本日のアジェンダ

1. カスタマー・エクスペリエンス
2. 消費者の経験をデータで見よう
3. マイナスの顧客体験のハナシ
4. 何をすべきで、何をしたらいけないのか？

「コールセンター白書」



2003年から、コンピューターテレフォニー編集部が毎年発行しているデータブックです。

主な掲載データ（2013年）

①採用時給調査：

- ・全国各地の求人媒体、求人サイトから抽出したコールセンター関連の求人案件を集計

②コールセンター実態調査：

- ・「月刊コンピューターテレフォニー」の読者（アウトソーサー除く）を対象に、約100問で構成したアンケート調査。

③コールセンター消費者意識調査：

- ・インターネットリサーチを活用し、「過去1年以内に対象業種のコールセンターに電話したことのある消費者」を抽出し調査。

④アウトソーサー調査：

- ・国内主要アウトソーサーを対象に売り上げやオペレータ数などを調査。

⑤主要自治体コールセンター誘致施策と進出概況調査：

- ・全国の道県を対象にコールセンター誘致の施策と進出企業を調査。

今年は、8月中～下旬に発行予定です。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

顧客体験価値（カスタマーエクスペリエンス）とは。



カスタマーエクスペリエンスとは？

- （企業からの）情報を受け取る（広告、DM、ホームページなど）
- 欲しい商品やサービスの情報を探す、比較する、相談する
- 購入する、申し込む
- 利用する
- サポートを受ける

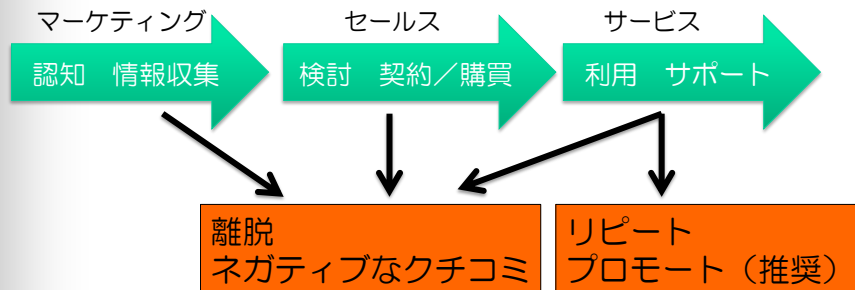
コンタクトセンターこそ、
その中心となるべき部門

企業と消費者が関係するすべてのプロセスにおける“体験”

『心地よい体験を提供する』こと！

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

顧客体験価値（カスタマーエクスペリエンス）の図解



緑の矢印が消費者の行動。そのプロセスにおける体験がカスタマーエクスペリエンス（顧客体験）です。感動体験もあれば、当然、「マイナスの体験」もあります。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

コンタクトセンターの役割（顧客視点）



大前提は、アクセスしてきた顧客に対し、その要望に応える、あるいは「納得していただく」こと。

……だと思っのです。顧客の疑問に回答したり、困っていることを解決しないことには、満足度向上はあり得ませんよね？

満足度が向上しないと、リピートやプロモート（おススメ）も原則としてはあり得ないはず（一部業種除く）。

さらに言うと、「アップセルやクロスセル」「セールス電話」の成功もおぼつかないのではないのでしょうか？

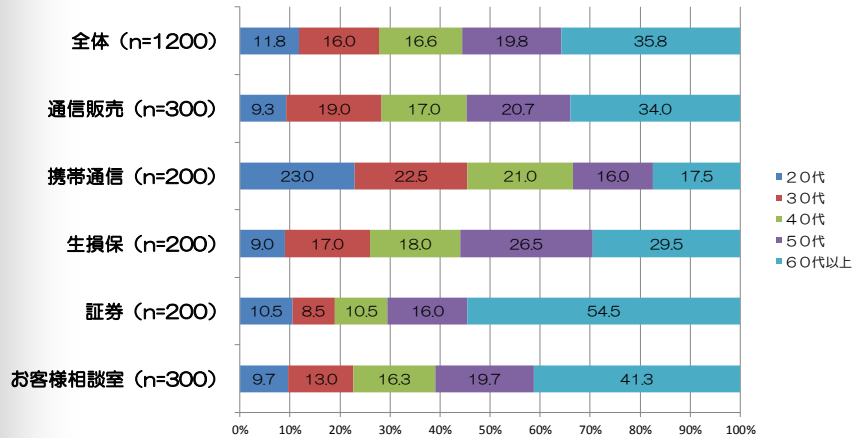
つながりやすさやオペレーター人当たりの処理件数などだけのKPIでは、カスタマー・エクスペリエンスの創造や向上は不可能なのでは？

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

消費者はコンタクトセンターでどんな体験をしているのか？

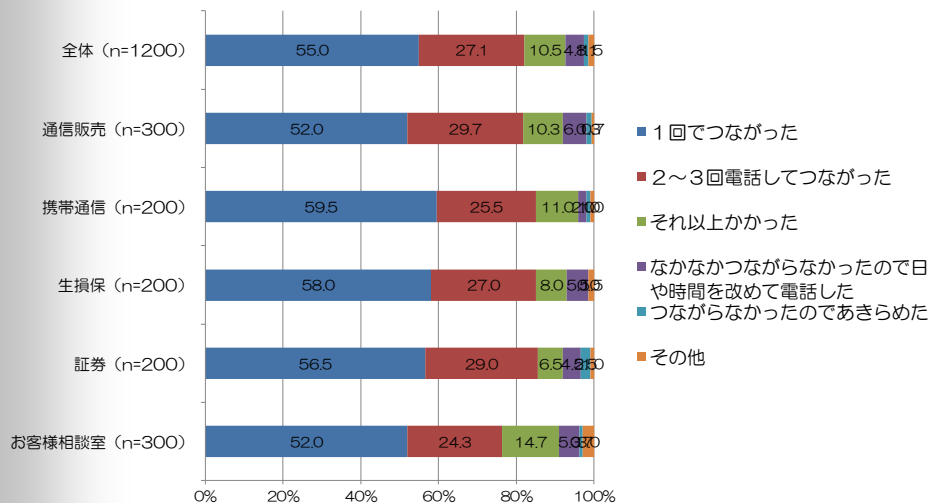


編集部では、「過去1年以内にコールセンターに電話したことある消費者」を対象に印象調査を業種ごとに実施しました。



All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

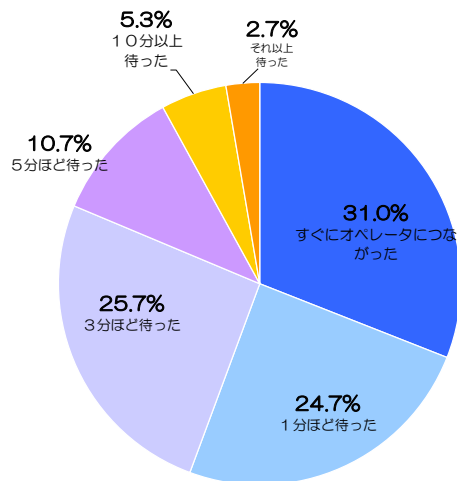
つながるか？話し中とかはないか？



過半数は「1回でつながった」と回答しています。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

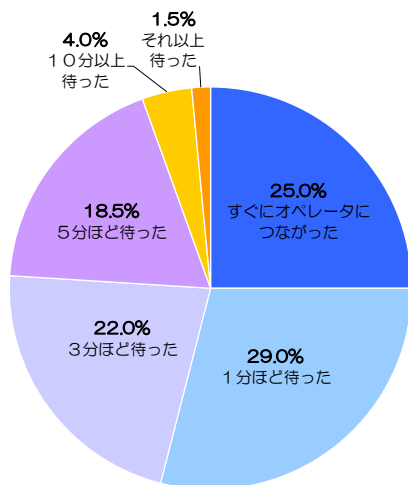
つなげた後の待ち時間は？（通信販売ユーザーの回答）



結構、待たされている消費者が多いのが現状のようです。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

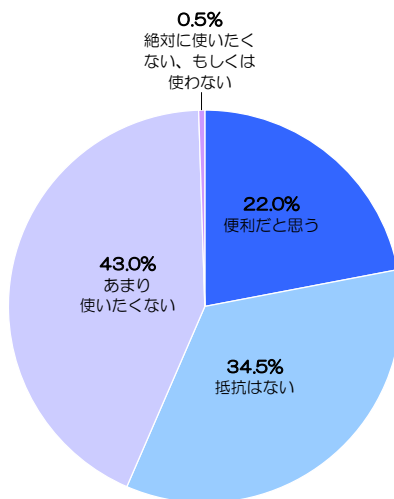
つなげた後の待ち時間は？（携帯電話ユーザーの回答）



やっぱり待たされている消費者が多いですね。

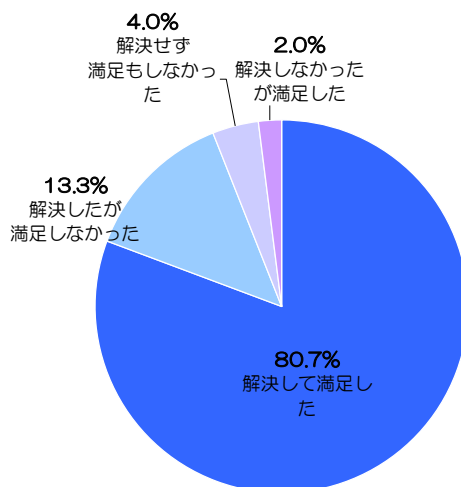
All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

自動応答サービスについて（携帯電話ユーザーの回答）



All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

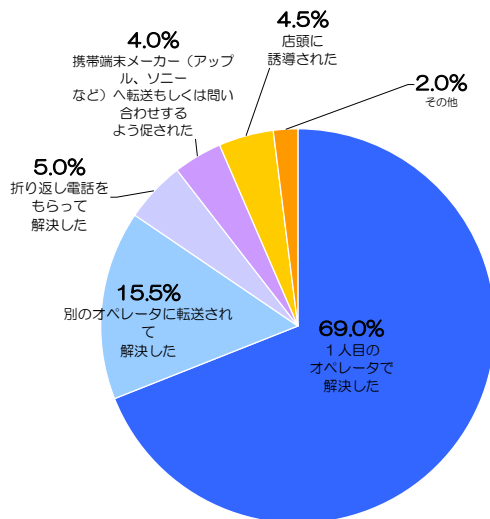
回答に満足しているか？（通販ユーザーの回答）



約80%は回答内容にも満足しています。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

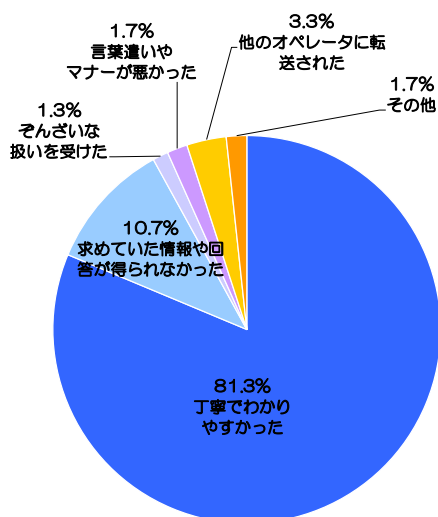
問題は解決したか？（携帯電話ユーザーの回答）

難易度が高いとされていますが、なかなかの解決率です。

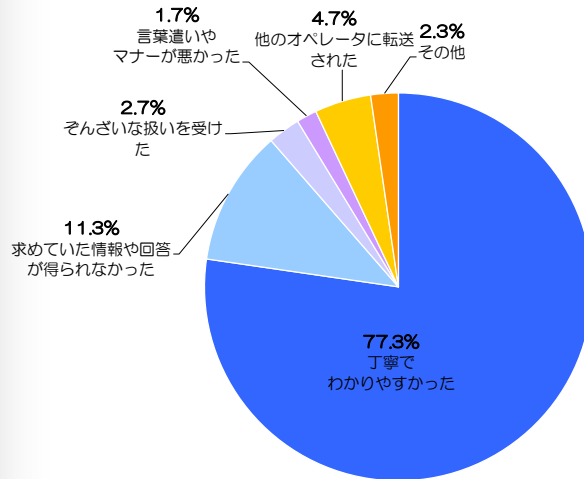
All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

最初に対応したオペレータの印象（通販ユーザーの回答）

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

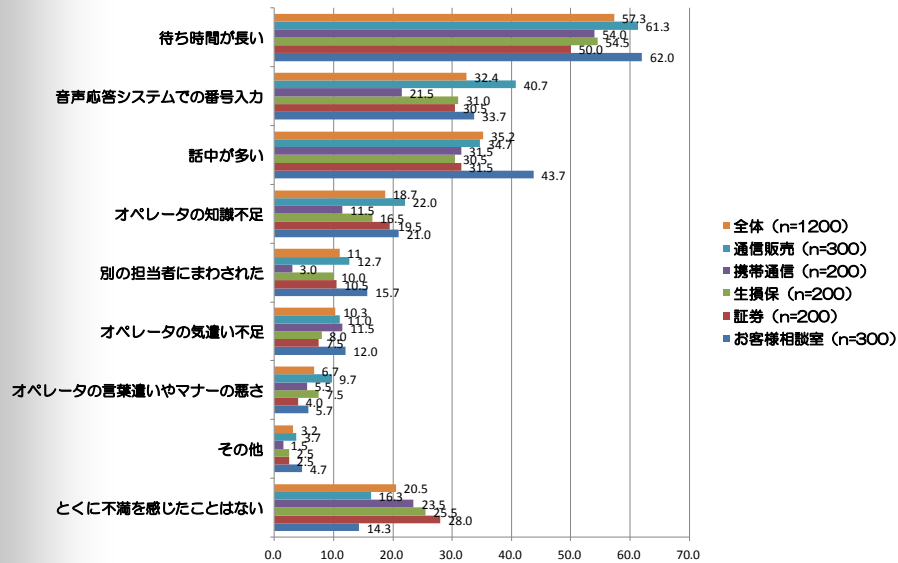
最初に対応したオペレータの印象（お客様相談室ユーザーの回答）



業種問わず、概ね好印象のようです。

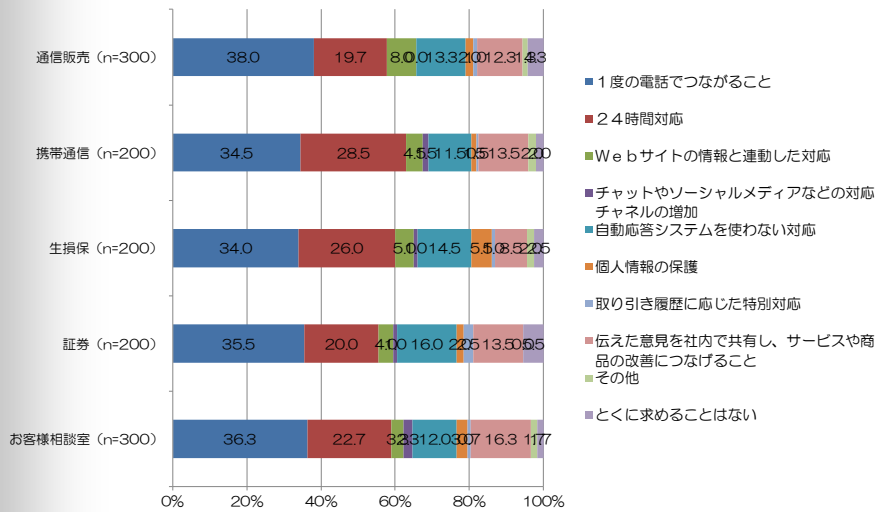
All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

コールセンターのサービスに対する不満



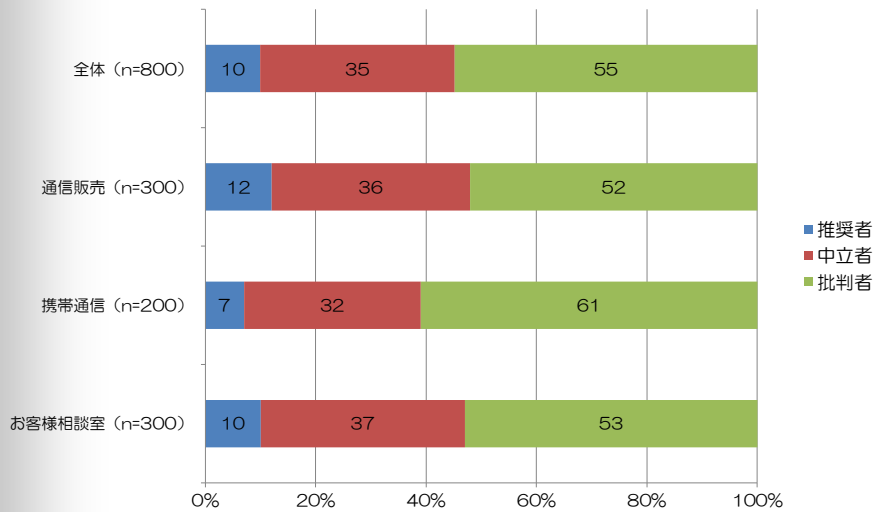
All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

コールセンターのサービスに対する要望



All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

ネットプロモーター・スコアも聞いてみました。



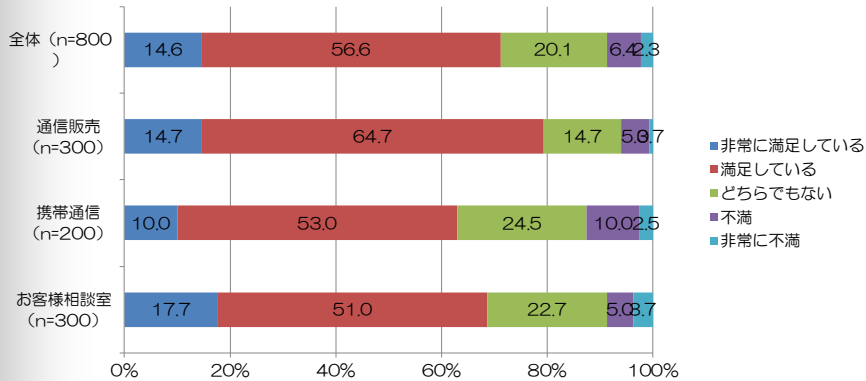
電話した企業を知人・友人に推奨する可能性はどのくらいありますか。0（絶対に薦めない）～10（ぜひ薦めたい）の11段階で教えてください。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

かなり難しいアプローチです。



つながりやすくても（ちょっと待ち時間は長い傾向がありますが）、対応が丁寧でも、問題が解決しても、「推奨」という行動に対するハードルはかなり高いです。



満足度も、「トップ1」まではなかなか至らないようです。

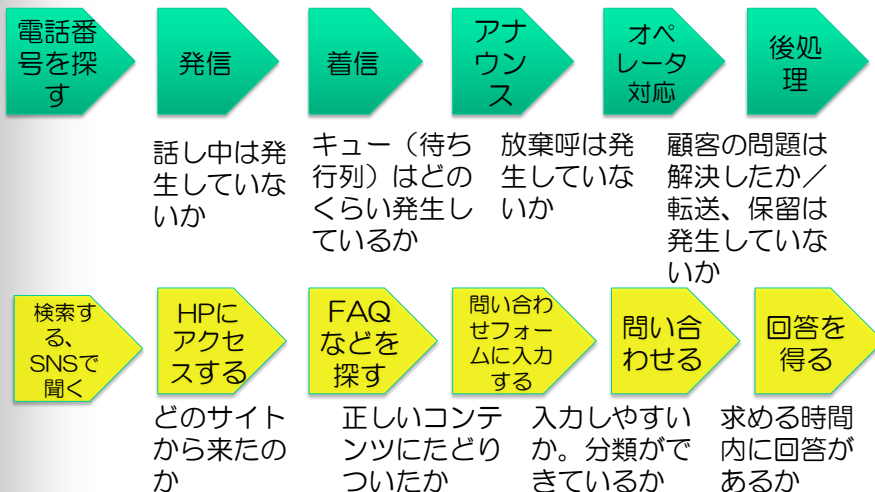
All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

では、どうすべきか。



コールセンターにおけるサービスの提供プロセスを分解しましょう。

コンタクト・リーズンごと、時間帯ごとなど細かく検証しましょう。



All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

「マイナスの顧客体験」を探る！

「感動体験」の提供ばかりを考えがちだけど……

＜電話対応＞

つながらない、待たされる
 たらい回しにされた、音声案内がわかりにくい
 対応に人間味が感じられない、機械的すぎる
 まったく解決しない

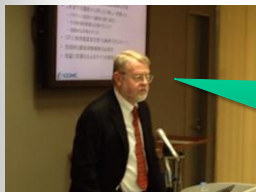
＜ホームページ＞

欲しい情報が探せない
 FAQを見ても解決しない
 問い合わせ窓口（電話、メール）がない、わかりにくい

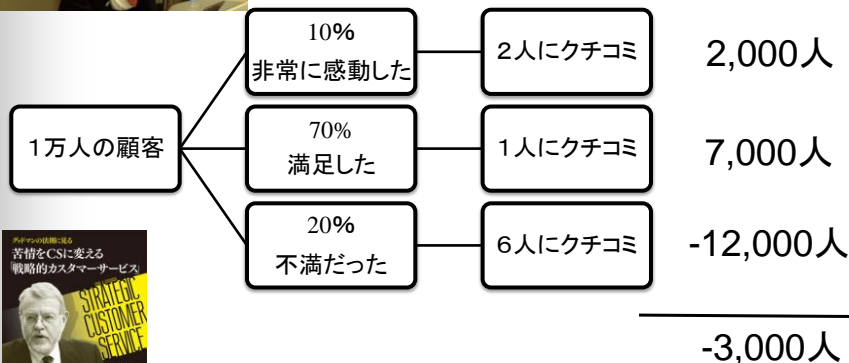
顧客接点だけをとっても、不快な経験を提供してしまう可能性は山ほどあります。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

「グッドマンの法則」



不満顧客のネガティブなクチコミは、満足した顧客の好意的クチコミを凌駕してしまう



グッドマンの法則に見る「苦情をCSに変える戦略的カスタマーサービス」

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

Twitterは、やっぱり拡散する可能性が高いです。



1月5日

「無料」に惹かれて... お試しセットを注文したが最後、コールセンターからの勧誘電話が鳴りやまない、とお悩みの方に情報なんですけど、「赤いブツブツがすごいで出て、痒くて大変なことになりました」と言うだけで、二度と電話が鳴らなくなりますよ。

閉じる 返信 リツイート お気に入りに登録 その他

リツイート **551** お気に入り 378

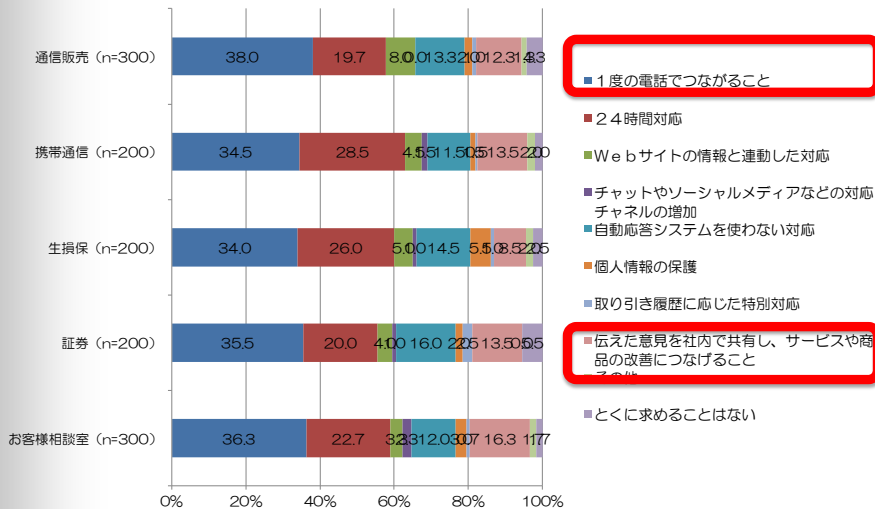
20日月曜日まで回答を待つて欲しいとのコールバックあり。...と協議するのであろう。... RT @... T: ...のお客様相談センターに2013.05.18 1620時に問い合わせ。

閉じる 返信 リツイート お気に入りに登録 その他

リツイート **23** お気に入り 6

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

何をすべきか。



All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

つながりやすさを示すKPIは応答率ではありません。



センターマネジメントにおける絶対的な事実。
リソースマネジメントの最適化にとって重要なのは「サービスレベル」、そして話中率です。

そもそも、「応答率」とは「つながった」という結果を示すKPIであり、「つながるまでのプロセス」を示すことはできません。



ワンコールでつながろうが、30分待たせてつながろうが、同じ「つながったコール」としてカウントされます。

※オペレータは、つながったコールに対し「お待たせいたしました」、あるいは「大変お待たせいたしました」と言わなければいけないのか、それともそのまま名乗っていいのかわかりません。

サービスレベルを無視したマネジメントは、「顧客視点」、つまりカスタマー・エクスペリエンスを無視マネジメントと同義語です。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

顧客の声を集め、届け、活かす。



「顧客が求めるモノやサービス」を提供しないと生き残れない時代



それを理解するための「資源」がVOCです。

VOCは、顧客接点でしか入手できません。

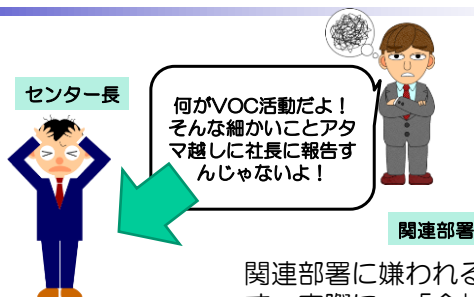
かのスティーブ・ジョブスは「顧客は自分たちが本当に欲しいものは知らない」という言葉を残しましたが、「顧客が欲しいもの」を感覚的に先取りできるビジネスパーソンは、ほんの一握りの天才だと思います。

顧客の望むサービスの姿を、経営の舵取りをするメンバーに提示すること。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

VOC活動を進めていくと……

Computer
TELEPHONY



関連部署
関連部署に嫌われることもあります。実際に、「会社中の嫌われ者」と自嘲するセンター長にお会いしたことはあります。

だからと言って、目を背けているともっと甚大な損害を与えることもあります。その損害も会社だけでなく、顧客に与えることもあるのです。

センターマネジメントは、**顧客を守るために**会社中の嫌われ者になることを忌避してはいけません！とあるベテランセンター長は強調してくれました。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

ご清聴、ありがとうございました。

Computer
TELEPHONY

「選ばれるサービス、 選ばれる会社。」

これを実現するためにすべきことは何なのか。

「心地よい体験」の提供がその早道だと考えます。

コンピューターテレフォニー編集部では、皆様に役に立つ情報をメディア、イベント/セミナーを通じて提供します。

㈱リックテレコム コンピューターテレフォニー編集部

矢島竜児

TEL:03-3834-8104

Eメール: ryajima@ric.co.jp

■Facebook

<http://www.facebook.com/callcenter.crm>

■Twitter

<http://twitter.com/callcenterjapan>

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

コンピューターテレフォニーの紹介。



第7回 コールセンター・CRMの祭典

2014年6月11日[水]・12日[木]
10:00~17:30 (受付9:30~)
マイドームおおさか3F / 大阪商工会議所
実践研修講座: 6月10日(火)~6月12日(木)

**コールセンター / CRM
デモ&コンファレンス 2014 in 大阪**

CallCenter / CRM DEMO & Conference 2014 Osaka

第15回 国内最大のコールセンター・CRM業界の一大イベント

2014年11月13日[木]・14日[金]
10:00~17:30 (受付9:30~)
池袋サンシャインシティコンベンションセンター
実践研修講座: 11月12日(水)~14日(金)

**コールセンター / CRM
デモ&コンファレンス 2014 in 東京**

CallCenter / CRM DEMO & Conference 2014 Tokyo

第3回

2014年5月28日[水]・29日[木]
会場: FFBホール (福岡・博多)
展示会: 10:30~17:30
※基調講演は9:30開演
入場料: 2,000円(税込み)
※事前登録で無料になります

コンタクトセンター サミット in 福岡

九州地域で唯一の「顧客接点」=コンタクトセンターの専門展です。
ソリューション/サービスが一室に含する展示会と、主要テーマを網羅した各種セミナーを実施します。
この機会をお見逃しなく! 是非ご来場ください。

学ぶ・磨く・競う 国内唯一の開かれた表彰制度と相互研鑽の場

第11回

**コンタクトセンター
アワード 2014**

Center of Excellence

▶ アワード2014の詳細はこちら

今年で11回目を迎えるコンタクトセンターの表彰制度です。参加企業同士がお互いを評価しあうというオープンスタイル。「相互研鑽」を最大の目的としています。今年から個人表彰制度も開始します。

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

コンピューターテレフォニーの紹介。



【一般のセミナーでは聞けないプロのノウハウを公開!】
RIC コールセンター・キャンパス 実践研修講座

Learning Skill Up Improve

メンタルヘルス モニタリング
クレーム対応

ロジカル 発声 KPI

実践研修講座について
コールセンターで活躍する全てのスタッフの為の講座です。
現場で即実践できる知識・ノウハウを
テキストカシシやグループ作成、
演出などを盛り込んだライブ形式で学びます。

facebook

いいセンター長の条件 リソースマネジメントの設計 コンシェルジュ対応の威力

コールセンター・ジャパン・ドットコム

業界を代表する講師の皆様が少数限定でみっちりノウハウを教えてくれる実践形式のセミナーです。今年3月から東京でほぼ毎週、5月の大阪イベント、11月の東京イベント時にも開催します。福岡でも開催予定です。

Facebookページも運用中で、ほぼ毎日何かしら更新しています。ごために、イベントのセミナーで割引価格受講が可能なケースもあります。

<http://www.facebook.com/callcenter.crm>

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.

最後に、ちょっと耳寄り情報。

Computer
TELEPHONY



コンピューターテレフォニー6月号、現在発刊中です。興味はあるけど、まだ購読されていない方。かつて購読されていた方。今号に限りまして、「見本誌プレゼントキャンペーン」を実施しています。以下のURLから詳細をご確認のうえ、お申込みください。100名様、日本国内に在住されているかた限定とさせていただきます。

http://ct.callcenter-japan.com/whats_new/1196.html

応募締め切りは、6月19日の午後6時です！

All Rights Reserved, Copyright RIC TELECOM Co., Ltd.