

2016/8/25

コンタクトセンターの未来を考えるセミナー

データに見るBCP対策の「いま」
緊急対応の現状と課題

矢島竜児（コールセンタージャパン編集部）
<http://callcenter-japan.com>

「月刊コンピューターテレフォニー」は、7月号より

CALL CENTER JAPAN

戦略的カスタマーサービス実践のための情報誌

に誌名変更しました！

※月刊コールセンター・ジャパンの編集方針

(1) 現場を知る

さまざまな業務改善およびセンター活用事例に独自の視点で切り込み、今後のカスタマーサービスのあり方を検証します。

(2) データを捉える

自社および第三者機関の調査データを定期的に掲載。毎年発行する「コールセンター白書」の掲載データも随時、引用します。

(3) ITを知る

ITベンダーやSIが提供するソリューション情報や活用事例の取材を通じて経営に貢献する顧客接点の技術要素を検証します。

(4) トレンドをつかむ

経済環境や社会情勢、消費者行動の変化を敏感に捉え、「顧客接点のあるべき姿」を常に提案します。

(5) 戦略を学ぶ

独自の取材を進め、コールセンターをはじめとした「顧客接点」の経営貢献について検証します。



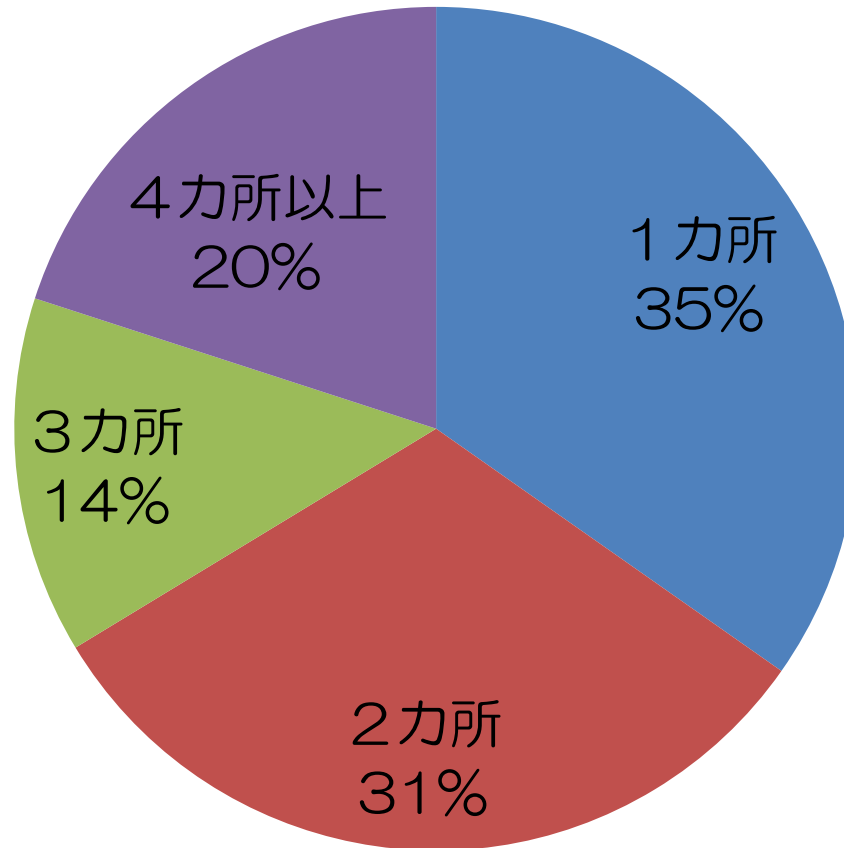
※定期購読料および単部販売料金に変更はありません

1. データに見るBCP対策
2. クレーム／炎上対策
3. 「モノ言う消費者」への対応
4. SNSの炎上対策



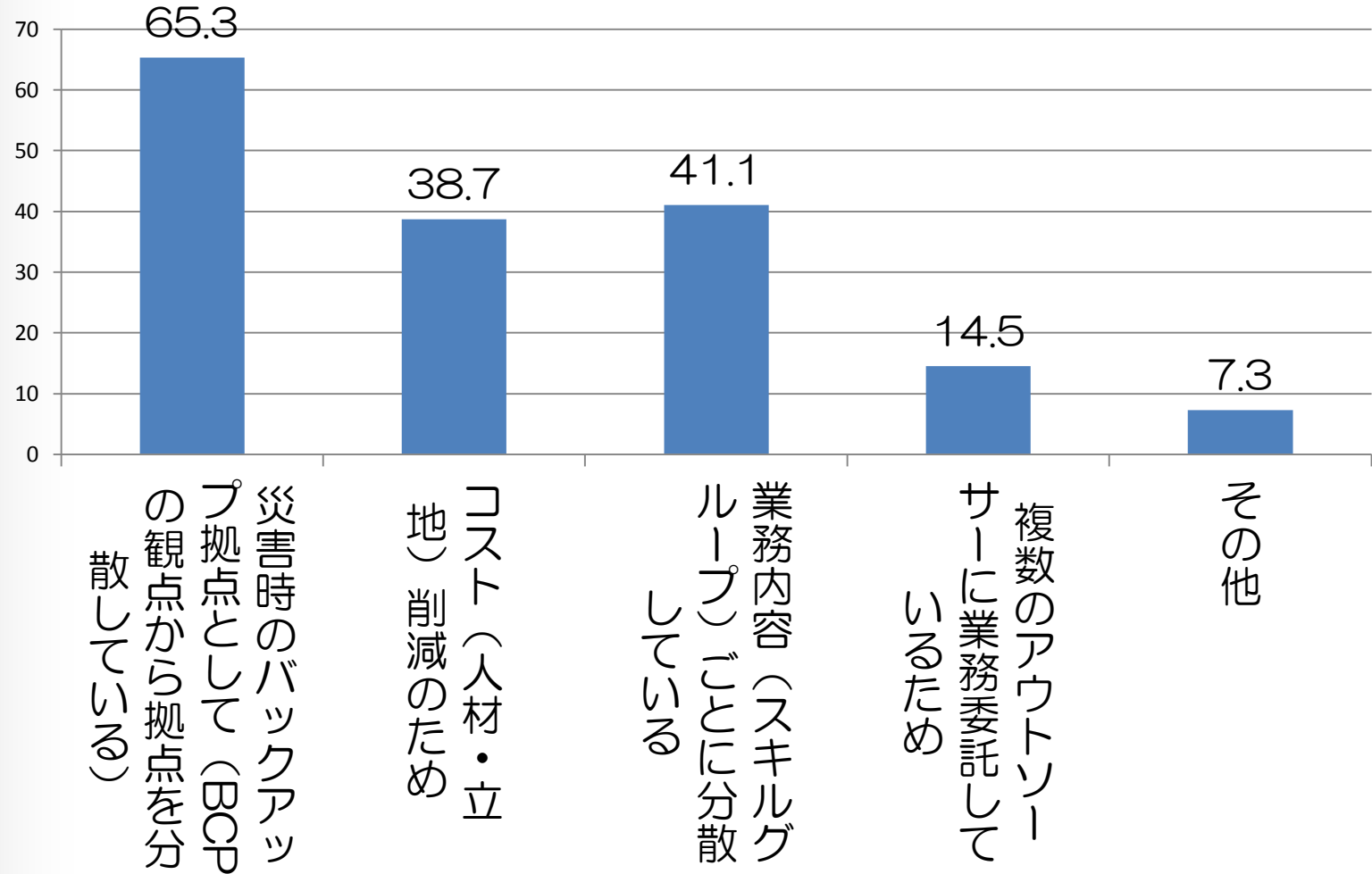
編集部公認キャラクター「おもてなすくん」

コールセンターのサイト数 (n=190)

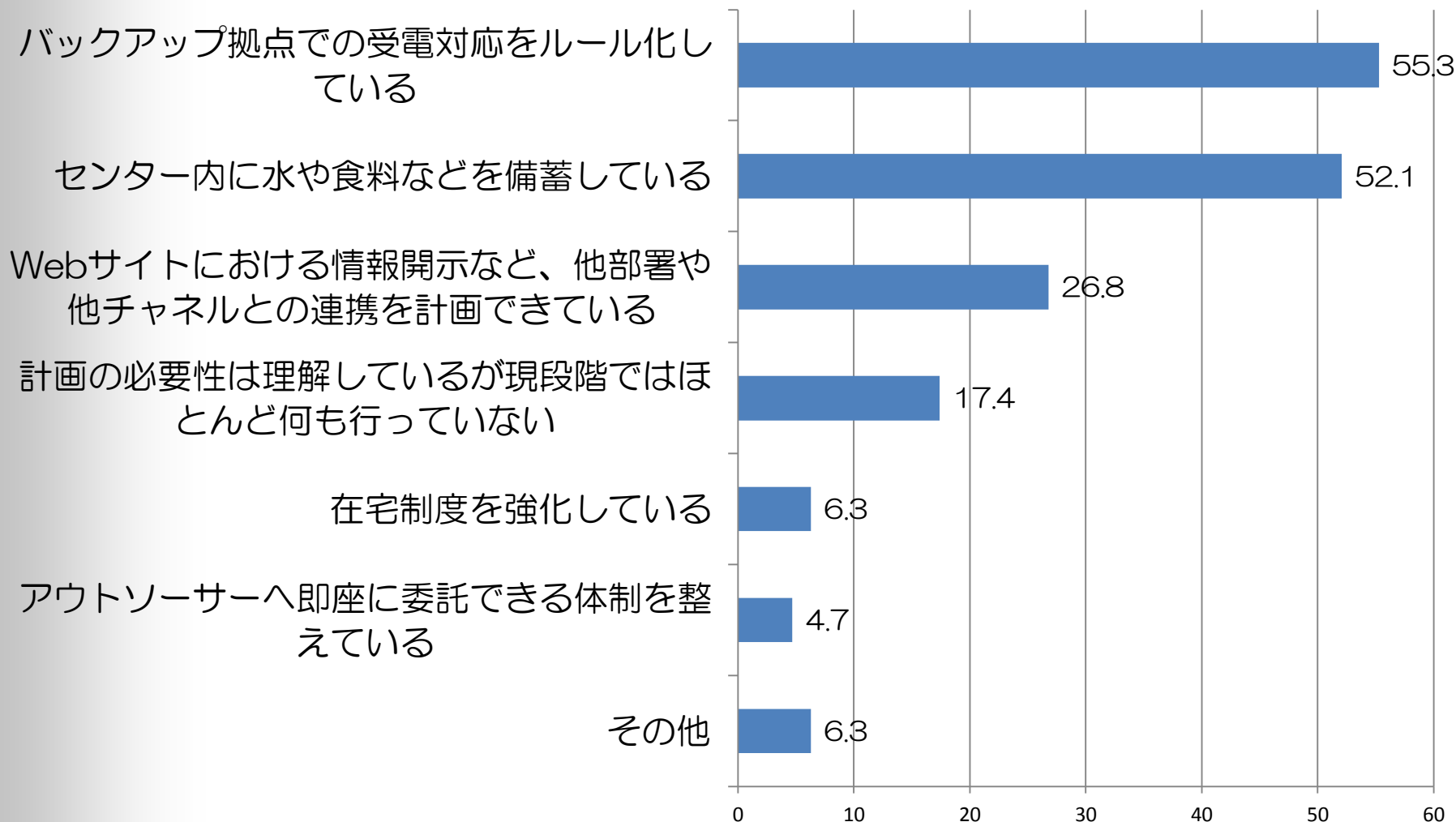


複数センターを運営するマルチサイト型のセンターが主流です。さらに、運営形態も拠点によって異なるケース（例：札幌はインハウス、沖縄はアウトソーシングなど）が増えています。

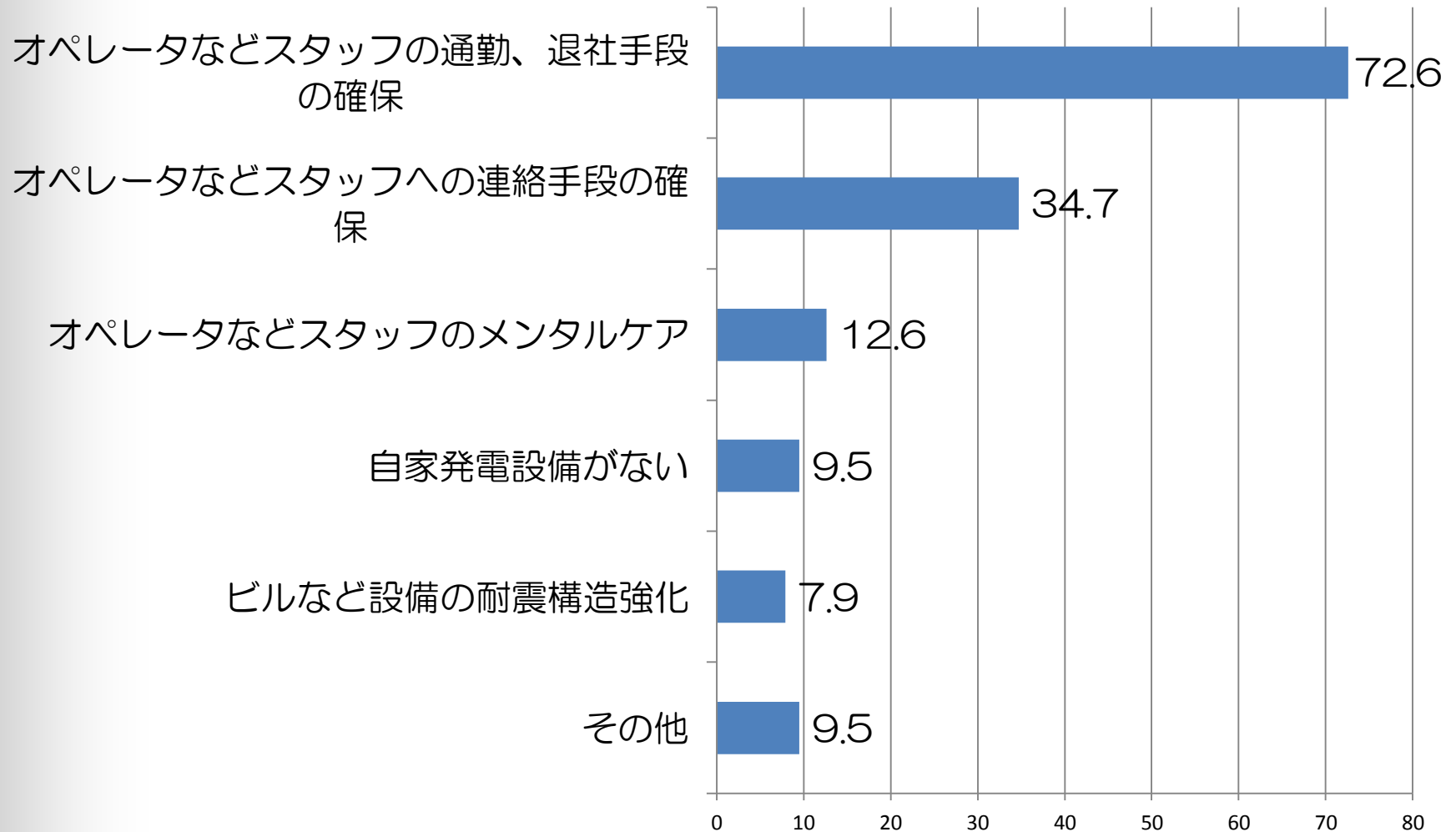
マルチサイト体制の理由 (n=124、MA)



BCP対策 (n=190、MA)



災害時対応で課題と考えていること (n=190、MA)



①業務のプライオリティが定義できているか

- ・優先度の高い業務にリソース（人材、回線など）を集中する
- ・コールリズン、ビジネスバリューに基づいた優先度に応じた業務設計が必要！

②バックアップ・ルールが設定できているか

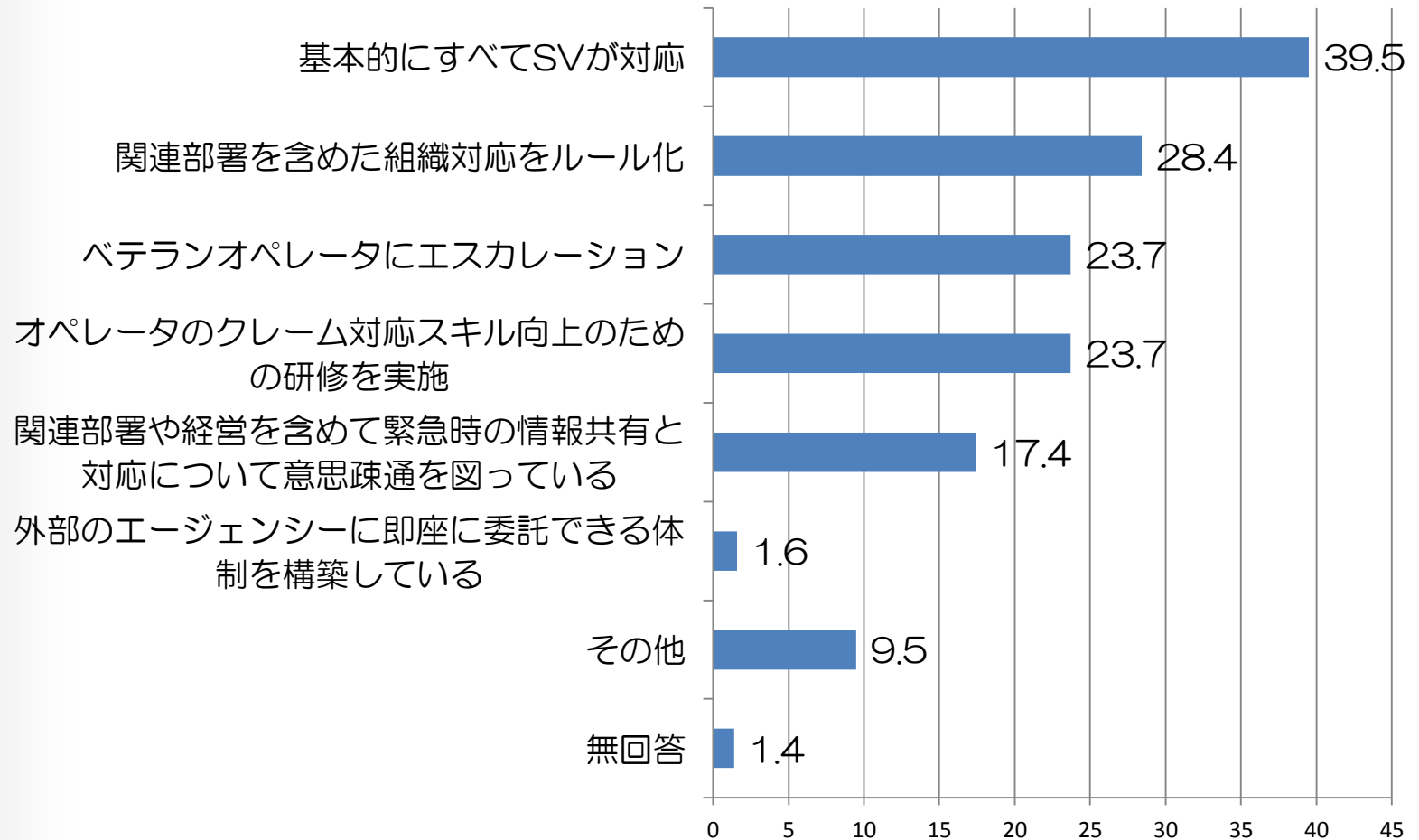
- ・他拠点、他部署の応援体制
- ・アウトソーサーの緊急対応サービスの利用を常に視野に入れる
- ・在宅制度の検討

③スタッフのケア

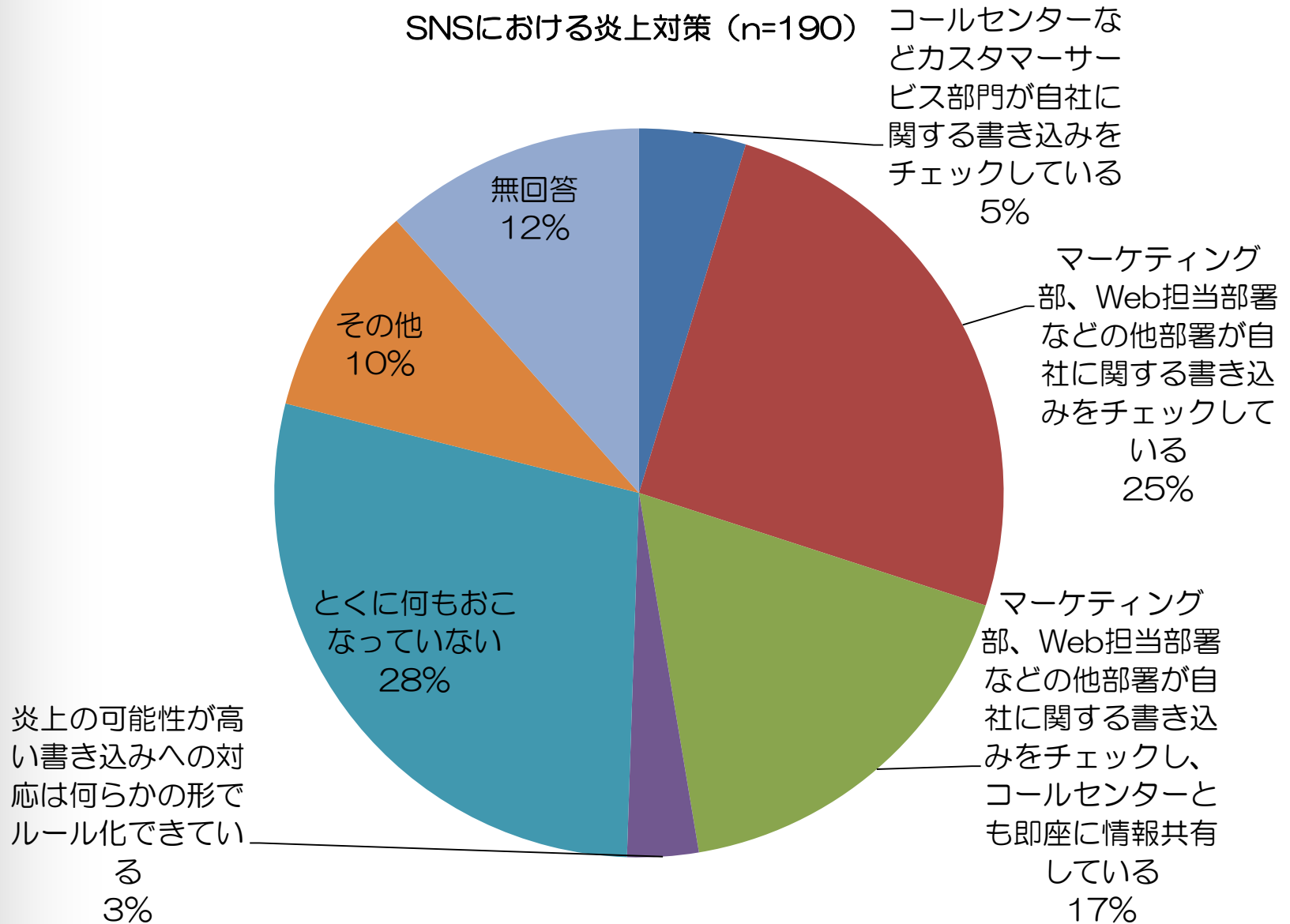
- ・通勤／帰宅の際の安全確保
- ・食料、飲料水の確保
- ・精神的なケア（被災しているのは顧客だけでなくスタッフも被災者）

同じ自然災害でも、台風や大雪といった「ある程度事前に予測可能な災害」と、地震などの「事前に予測不可能な災害」では対応難易度が違います。②、③の一部については、前者を積み重ねることで経験値を高めることができます。①は、基盤となる“準備”ですので、日ごろのマネジメントでポイントをおさえておくことが重要です。

クレーム／炎上対策について (n=190、MA)



SNSにおける炎上対策 (n=190)



今は、「モノ言う消費者」の時代です。

商品やサービスを利用した顧客



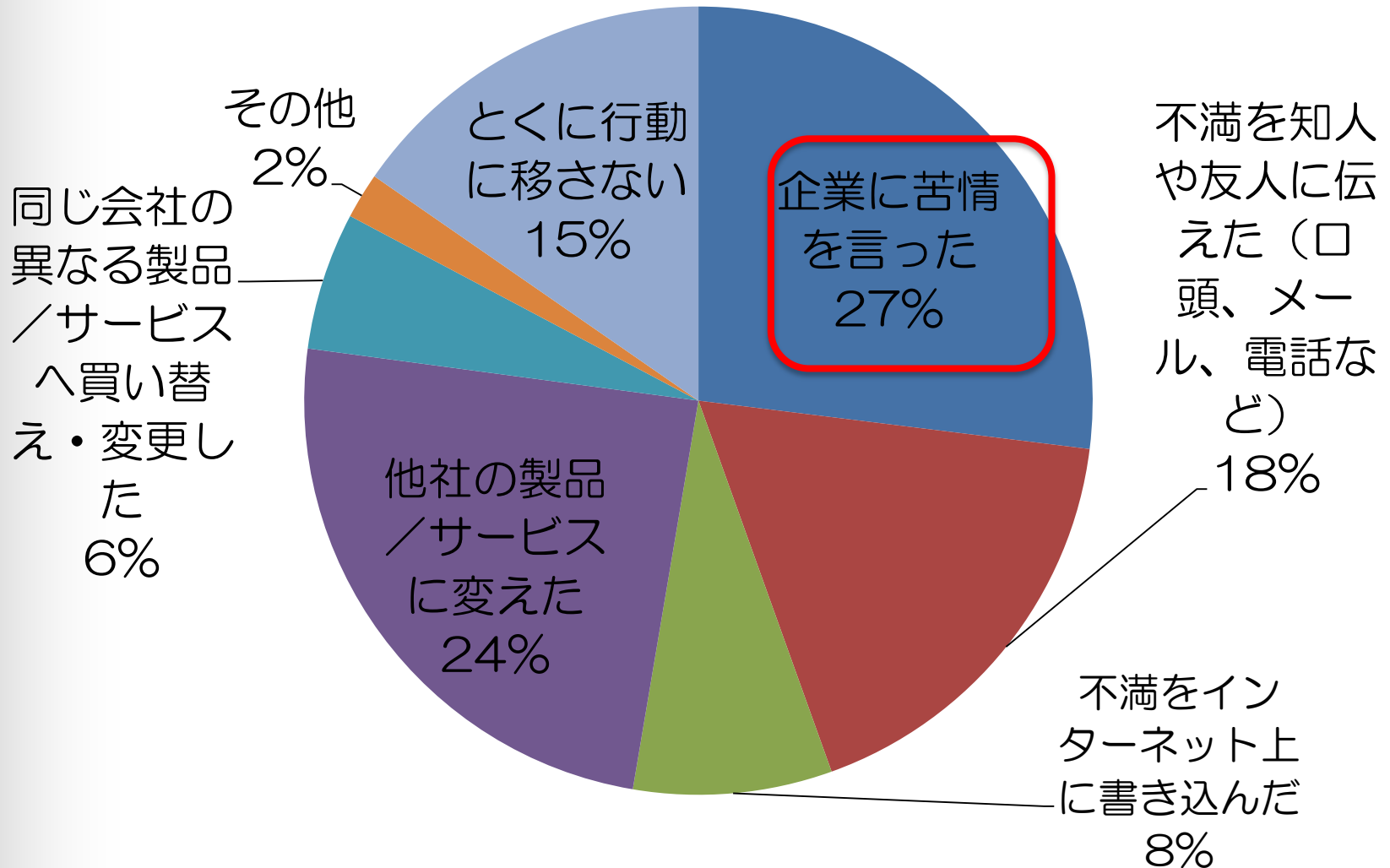
〈従来の考え方〉
コンタクトセンターに苦情やご意見、あるいはお褒めの言葉（希少だけど）を言ってくる人たち。

サイレント・カスタマーと言われていた層

少なくとも現在は、「サイレント」の時代ではありません。

不満を持った消費者の行動（最新データ）

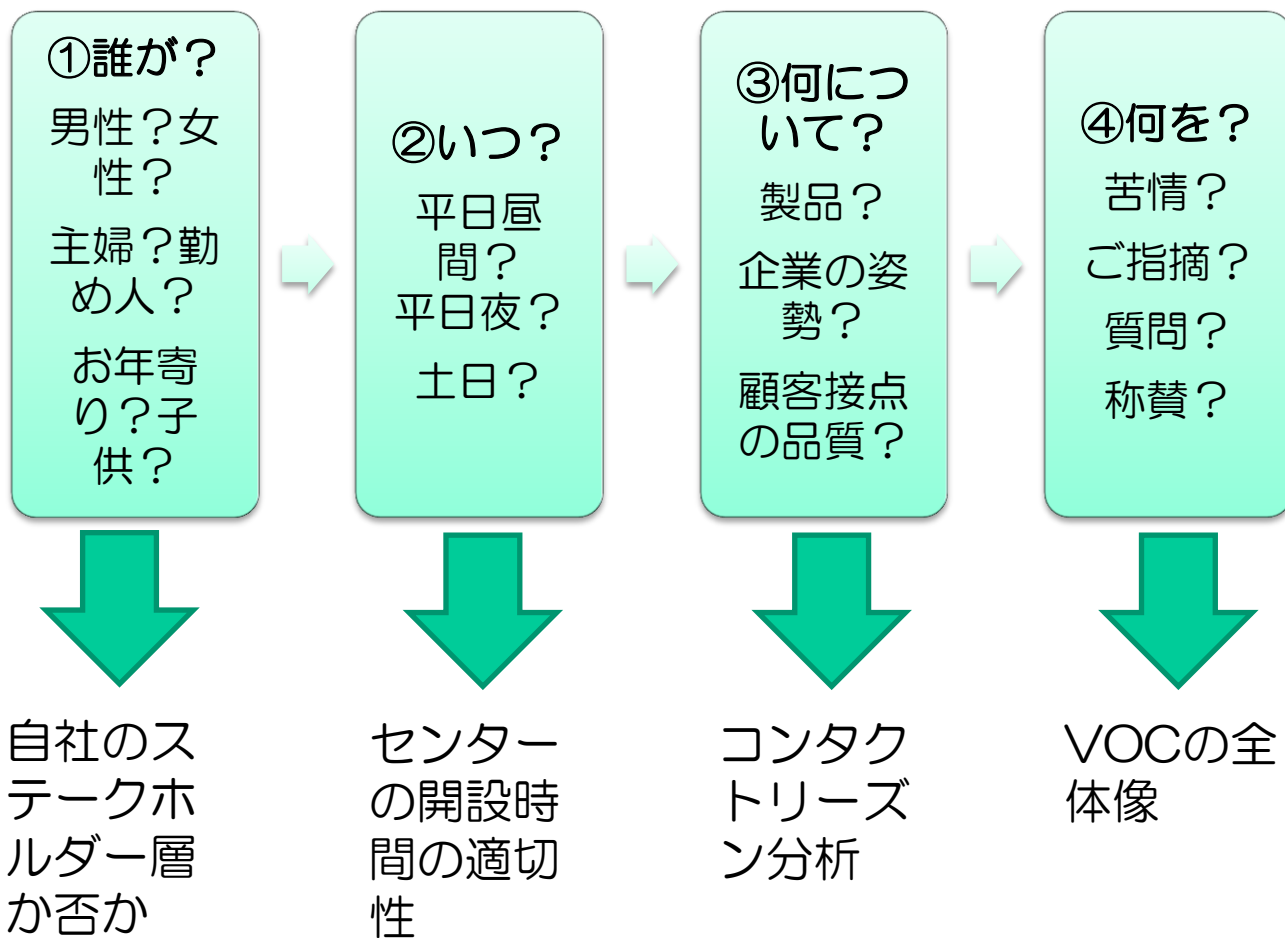
過去1年以内にお客様相談室に電話したことのある消費者200名に聞きました。
「企業の製品やサービスに不満を持ったとき、あなたはどうしましたか？」



「モノ言う消費者」に対峙するには。

まずは電話。

「誰が、いつ、何について、何を」言ってきているのか？



クレーム対応でやってはいけないこと。

オペレータ（対応要員）のスキルに依存したり、責任を感じさせる指導をしないこと！

①組織 対応

1人で粘らせない！
エスカレーション体制（法務含む）

他部門連携

②部分 謝罪

全面謝罪は後ほどの
リスクが高い

「申し訳ございません」の多用はむしろ怒りを招くことも。

クレーム対応のプロセス概念図



ポイントは、この時点での情報開示におけるルール作り！

「モノ言う消費者」による「炎上」の正体。

- ① 経営者の不祥事
- ② 製品・サービスの事故、不具合、不備
- ③ 従業員の不祥事
- ④ 事実無根の風評被害



原因はだいたい、この4つに分類されるのですが、コンタクトセンターは、常に「受け皿」にならざる得ません。「うち、電話対応だもん。ネットのことなんて知らんもんね」というセンター長の姿勢が許される時代ではないのです。

迅速な把握、迅速な対応（数時間以内）、迅速な情報開示。この3つが炎上対応のキーワードです。

炎上は、必要以上に恐れる必要はありません。

あるインターネット調査によると、「炎上に参加した
ことのある消費者（ネットユーザー）」は、わずか
1.1%に過ぎなかったという結果が出たそうです。

また、有名な巨大掲示板サービスすらも、管理人氏が
「ほとんどの炎上事例では、参加者は5名以下。1名の
ことすらある」とコメントしています。

ちょっとやっかいな存在は……

ソーシャル・ジャスティス・ウォリアー：
「ネットの世界で社会正義の為に戦う人」

語感も直訳の意味もかっこいいですが、簡単にいうと「独りよがりの正義感に酔いしれている“構ってちゃん”」です。まずは言い分に耳を傾け、認めるべきところだけは認める。つまり「部分認知」「部分謝罪」という従来からのクレーム対応手法に徹しましょう。あんまりしつこいようだと法的手段に訴えましょう。

最も効果のある「炎上対策」。

それは、「ファンを創る」ことです。

日々、ちゃんとした顧客対応やコミュニケーションを実践していれば、お客様が鎮火に手を貸してくれます。

By大手清涼飲料メーカーの広報室長



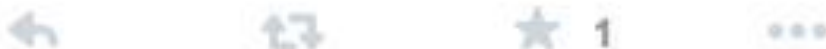
7月28日

コールセンターのお兄さん、お姉さん優しかった...
かれこれauは7年使っていたらしいのですが、ついに人生初のdocomoユーザーになる予定。



9月23日

iPod classic、新品に交換はよかったが、同期がうまくいかず、Appleコールセンターに電話。総計で8時間近く対応してもらったけど、Appleのスペシャリストさんたちの意地でも対応します発言にAppleさんの底力を感じた。わざわざこんな時間まで対応いただき感謝。



コールセンターでもファンを創ることはできるのです。

ご清聴、ありがとうございました。

「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。

コールセンタージャパン編集部では、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。

(株)リックテレコム コールセンタージャパン編集部

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>





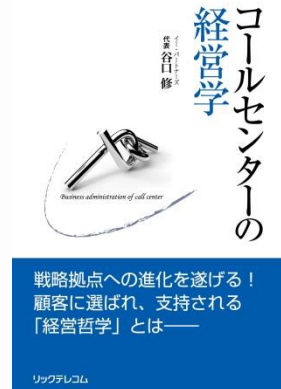
2003年から毎年発行しているデータブック。国内の運営企業を対象とした「コールセンター実態調査」やコールセンター利用者を対象とした意識調査、時給調査、自治体の誘致状況など、さまざまな調査データを収録



コンタクトセンターのコンサルタントとして著名なイー・パートナーズの谷口修氏によるセンターマネジメント本を発売しています。
アマゾンで販売中！

<http://www.amazon.co.jp/dp/4897979633>

価格はいずれも2484円（税込み）です。



戦略拠点への進化を遂げる！
顧客に選ばれ、支持される
「経営哲学」とは——

リックテレコム

イベントの紹介。

第9回 西日本最大のコールセンター、CRMの祭典

**コールセンター / CRM
デモ&コンファレンス 2016 in 大阪**

CallCenter / CRM DEMO & Conference 2016 Osaka

2016.5.25 WED - 5.26 THU
10:00~17:30
実践研修講座: 5.24(TUE)-5.26(THU)
マイドームおおさか 3F



第17回 国内最大のコールセンター・CRM業界の一大イベント

**コールセンター / CRMデモ&コンファレンス
2016 in 東京**

CallCenter / CRM DEMO & Conference
2016 Tokyo
池袋サンシャインシティ・文化会館

2016.11.17 THU - 11.18 FRI 10:00~17:30
実践研修講座
11月16日(水)~18日(金)



第4回

コンタクトセンター サミット in 福岡

—5年後を探ると見えてくる!今取り組むべき顧客戦略—

「コンタクトセンター サミットin福岡」は、九州地域で唯一の「顧客戦略」=コンタクトセンターの専門イベントです。昨年に引き続き「5年後のコンタクトセンター」をテーマに、今取り組むべき顧客戦略を検証します

2015年



今年の日程は6月
22日(水)、23
日(木)です

第 **13** 回 学ぶ・磨く・競う 国内唯一の開かれた表彰制度
& 相互研鑽の場

**コンタクトセンター
アワード 2016**

Center of Excellence



今年で13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。