

戦略的位置づけ、マネジメント、導入IT 「アフター2020」のコンタクトセンターを予測する！

<パネリスト>

CXMコンサルティング 代表取締役社長 秋山 紀郎 氏

富士ゼロックス セキュリティビジネス事業部 マネジャー 加賀 宝 氏

ISラボ 代表 渡部 弘毅 氏

<モデレーター>

コールセンタージャパン編集部 編集長 矢島 竜児

本日のアジェンダ

- ・ コールセンターの変化
- ・ ITの変化
- ・ マネジメントの変化
- ・ 戦略的活用への変化
- ・ 予測

5年後のコンタクトセンター研究会について

5年後のコンタクトセンター研究会
実行委員会

ストラテジー分科会
(カスタマー・エクスペリエンス
分科会)

・リーダー: ISラボ 渡部弘毅氏

マネジメント分科会

・リーダー: 富士ゼロックス
加賀 宝氏

ソリューション&サー
ビス分科会

・リーダー: CXMコンサルティング
秋山紀郎氏

**2013年に設立。運営企業、ITベンダー、アウトソーサー、コンサル
タントなど、立場を超えてコンタクトセンターの「あるべき姿」
を議論、アウトプットすることを目的としています。**

パネリスト



ソリューション&サービス分科会
CXMコンサルティング
秋山 紀郎氏



ストラテジー分科会
ISラボ
渡部 弘毅氏

(C)2018 RicTelecom



マネジメント分科会
富士ゼロックス
加賀 宝氏



商号 : CXMコンサルティング株式会社 CXM Consulting Ltd.

設立年月日: 2018年6月1日*

代表者 : 代表取締役社長 秋山 紀郎

所在地 : 〒105-0004 東京都港区新橋2-11-10



経営理念

顧客との長期的関係を構築し、顧客のベネフィットと企業の
プロフィットを向上させることを目指した経営を支援します。

事業内容

- 経営、顧客戦略、顧客対応、顧客経験に関するコンサルティング
- IT導入及び活用に関するコンサルティング
- 上記に付随する情報処理・提供サービス、ソフト開発、教育

専門領域

- 顧客中心主義経営(CRM)及びCustomer Experience Management
- マーケティング & セールス
- コンタクトセンター

※事業会社を経て、コンサルティング
ファームにて18年のコンサルティング実
績を経て起業。顧客中心主義経営を目
指しながらも、十分に出来ていない企業
が多く存在している事実を踏まえ、気軽
に相談ができる業態を目指している。



経歴

- 事業会社及び大手コンサルティングファームを経て、2018年よりCXに関するコンサルティングを専門とする会社を設立

プロジェクト経験

- コンタクトセンター戦略、組織作り、業務改善、人材育成、VOC分析、システム導入など約50件のプロジェクト経験
- 営業改革、店舗改革、価格戦略、ブランド戦略、ポイントプログラム関連、システム導入など約40件のプロジェクト経験

セミナー及び寄稿 等

- コンタクトセンター関連のセミナーで70件以上の登壇
- トレーニング講師 (CRM/コンタクトセンター戦略、プレゼン、ファシリテーション等)
- コールセンタージャパン誌 (市界良好)、CRMベストプラクティス白書など多数
- 5年後のコンタクトセンター研究会 ソリューション・サービス分科会リーダー
- 一般社団法人 CRM協議会 常務理事、コンタクトセンターおもてなしコンソーシアム 理事



渡部 弘毅 ISラボ 代表 (<https://www.is-lab.org/>)

<主な職歴>

- 1885年～ 日本ユニシス
CRMプロダクトマーケティング
- 2000年～ 日本IBM
CRM領域の業務コンサルタント
- 2007年～ 日本テレネット
アウトソーシング事業企画、経営企画
- 2012年～ ISラボ代表
**顧客ロイヤルティマネジメント
コンサルティング**

<活動研究団体>

- 月刊コールセンタージャパン
5年後のコンタクトセンター研究会
- 情報処理学会
コンタクトセンターフォーラム
サービスサイエンスフォーラム



月刊コールセンタージャパンで連載中

<著書・論文>

- 「営業変革 しくみを変えるとこんなに売れる」 メディアセレクト2005/11
- 「エンゲージマネジメント型カスタマージャーニの実践」 2018/4 情報処理学会 デジタルプラクティス

富士ゼロックス 加賀 宝（カガ タカラ）



■ 経歴 ■

大手テレマーケティングベンダーにおいて、50～200席規模のコンタクトセンターマネジメント経験を約8年積んだ後、2005年3月にIBMビジネスコンサルティングサービス（現日本アイ・ビー・エム）入社。

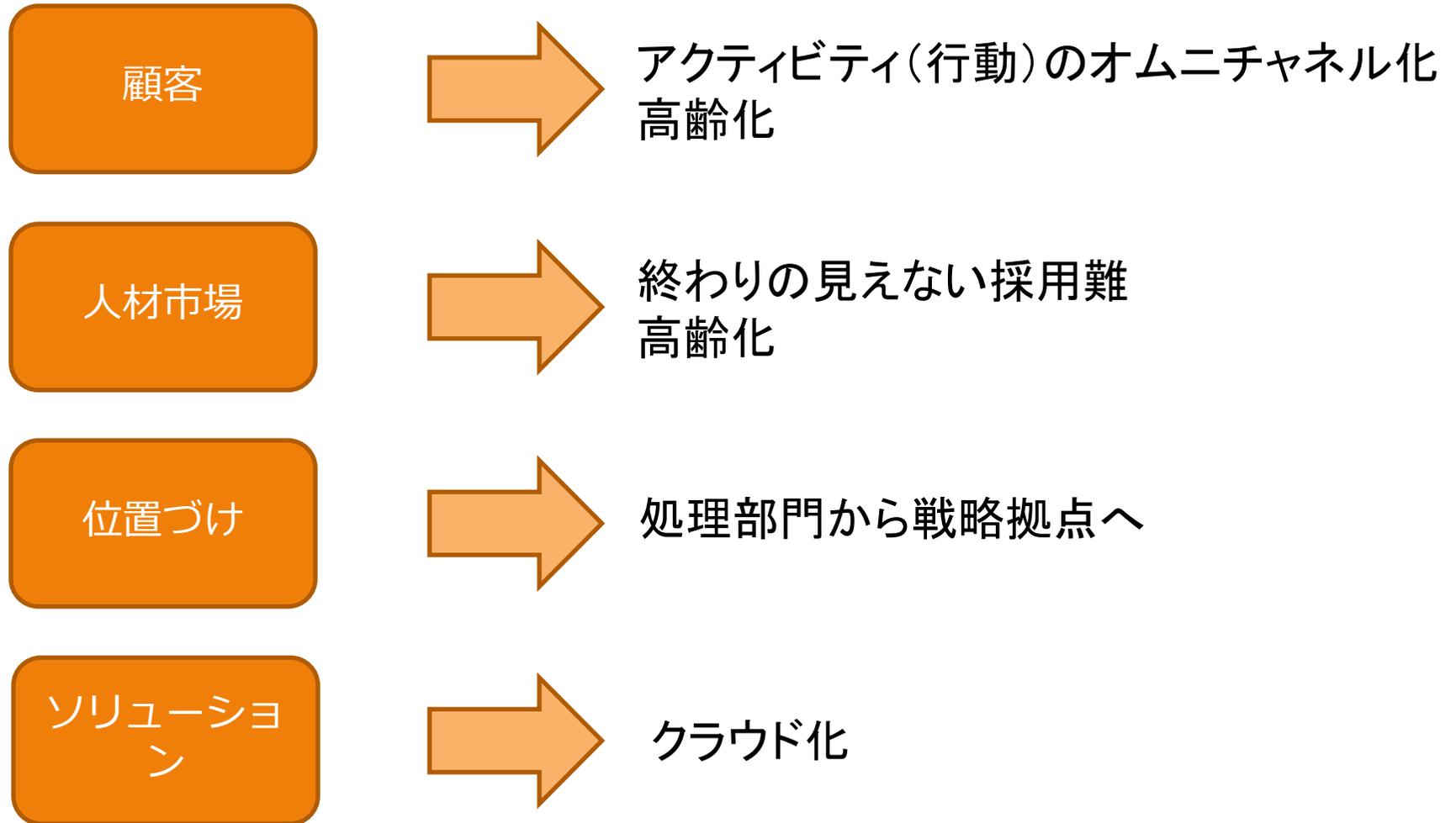
CRM領域のコンサルタントとして、コンタクトセンター関連プロジェクトを中心に活動、アセスメント、基本構想策定、BPRなどのプロジェクトを多数手がけた。

2013年1月、自社コンタクトセンターにおけるベンダーマネジメントの実践を目的に富士ゼロックス株式会社に入社。現在、ソリューションサービスのコンタクトセンター企画およびユーザーケアを担当。

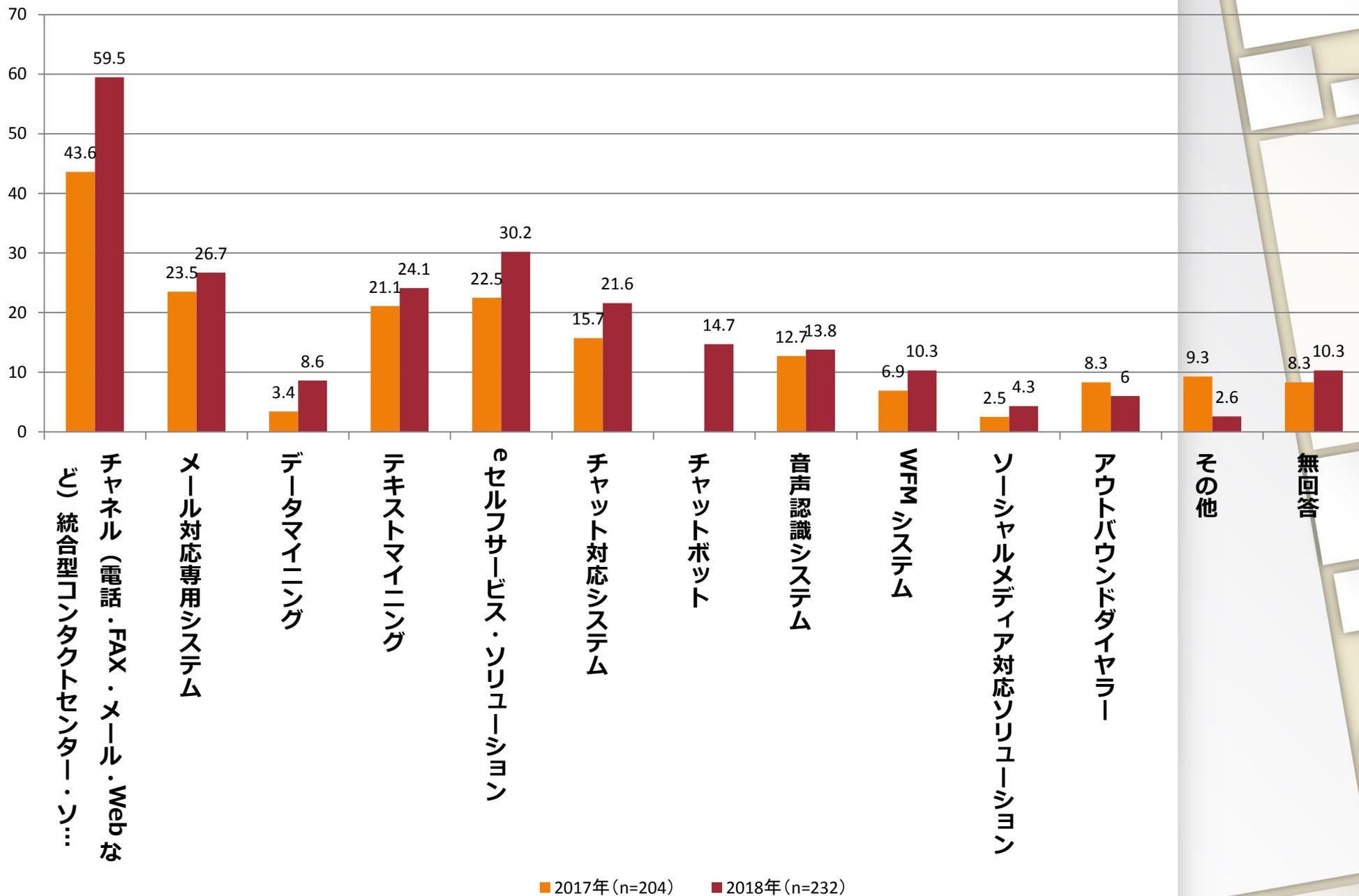
■ 資格/所属団体 ■

- ・ 情報処理学会 コンタクトセンターフォーラム メンバー
- ・ サービス学会 会員
- ・ サービス産業生産性協議会（SPRING） 会員
- ・ NPO法人 顧客ロイヤルティ協会 会員

コールセンターを取り巻く変化



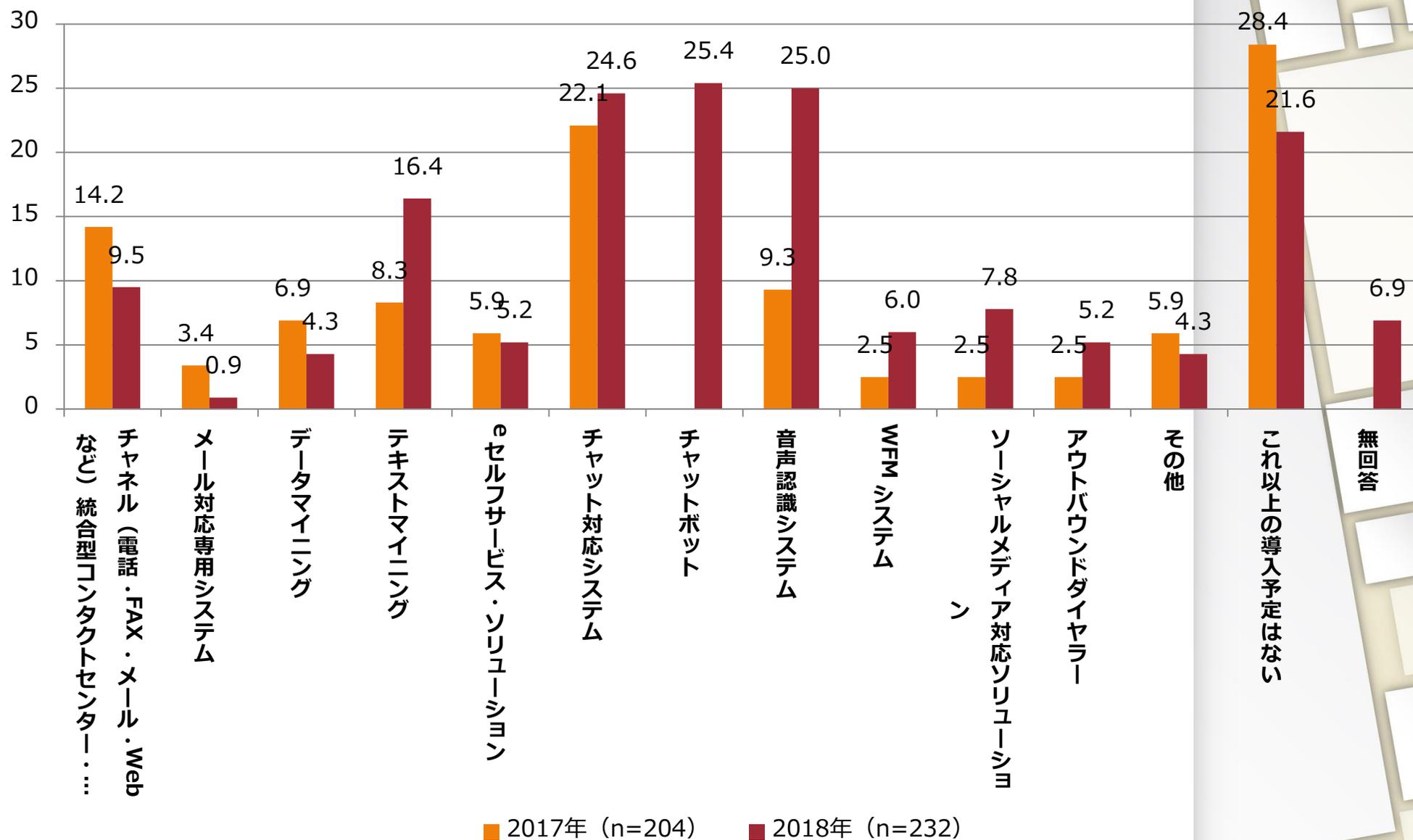
導入しているITソリューション (MA)



■ 2017年 (n=204) ■ 2018年 (n=232)

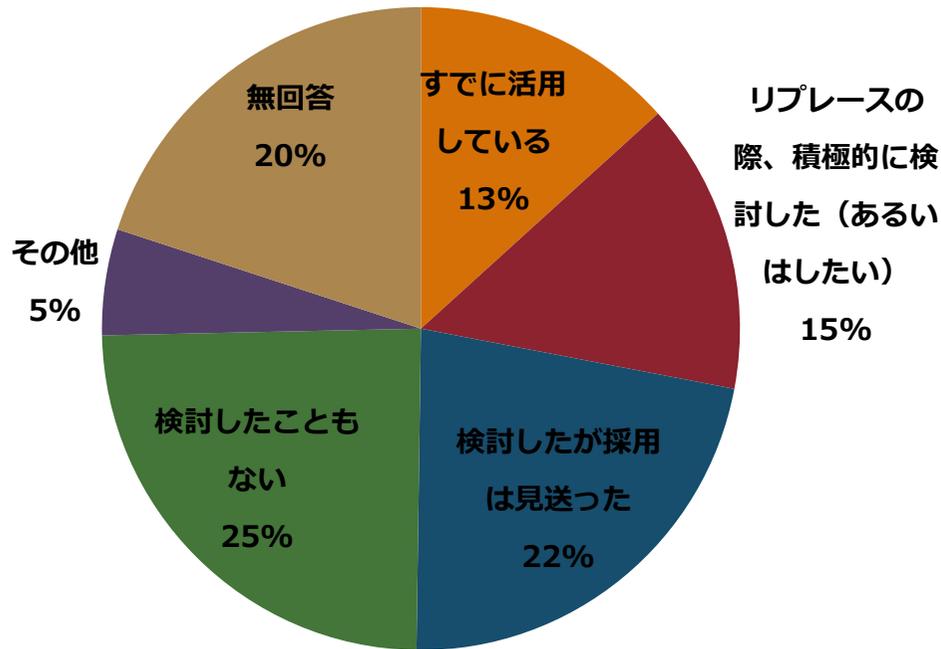
(C)2018 RicTelecom

導入予定ソリューション (MA)

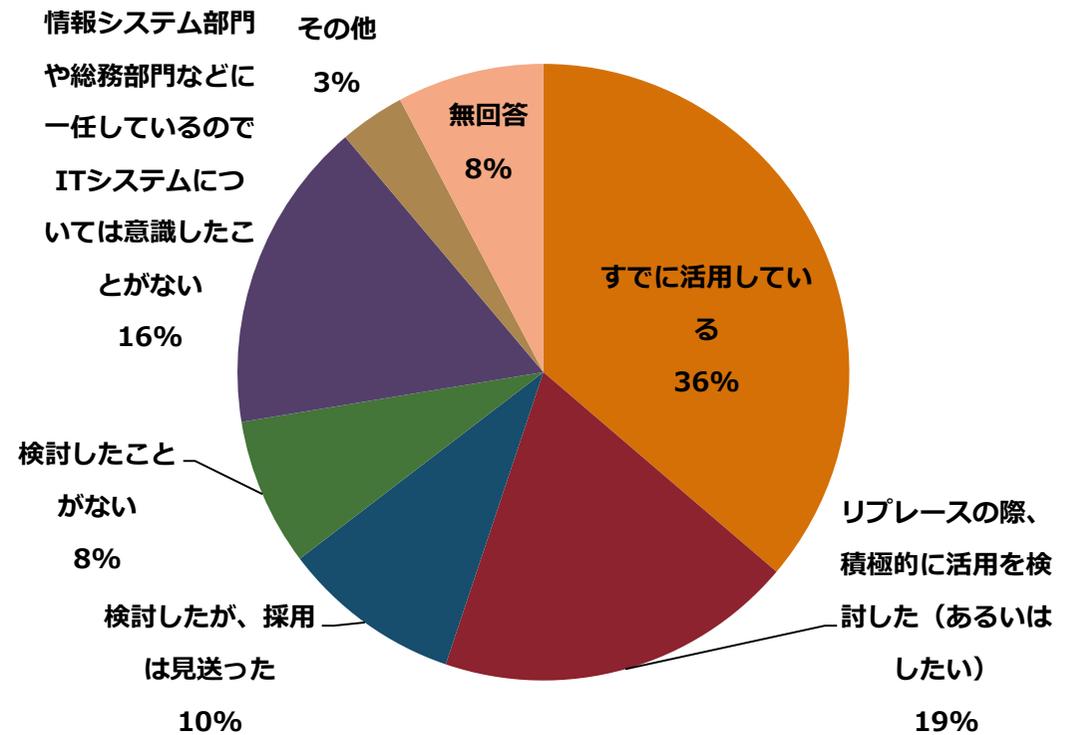


クラウド活用について

2013年 (n=225)

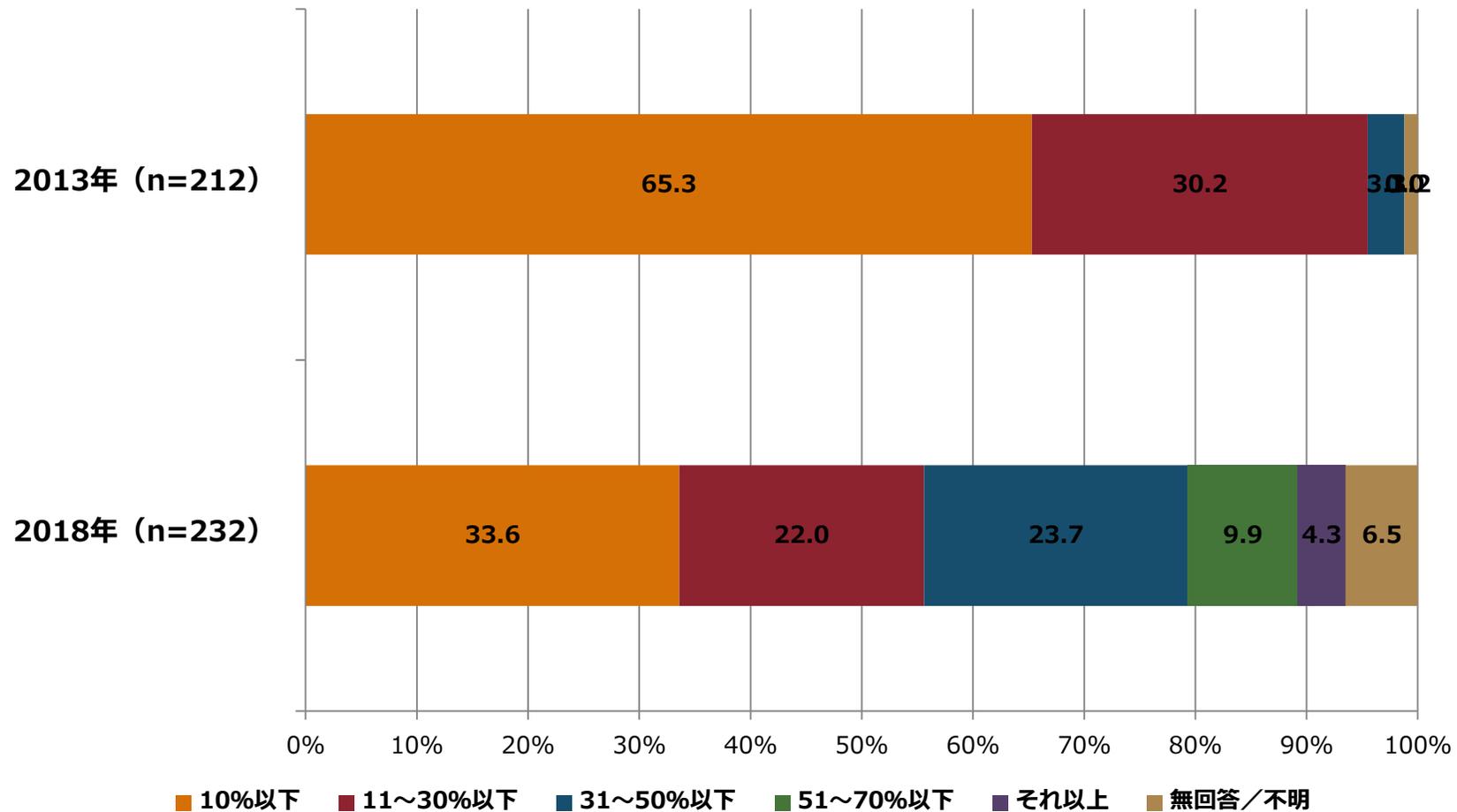


2018年 (n=232)

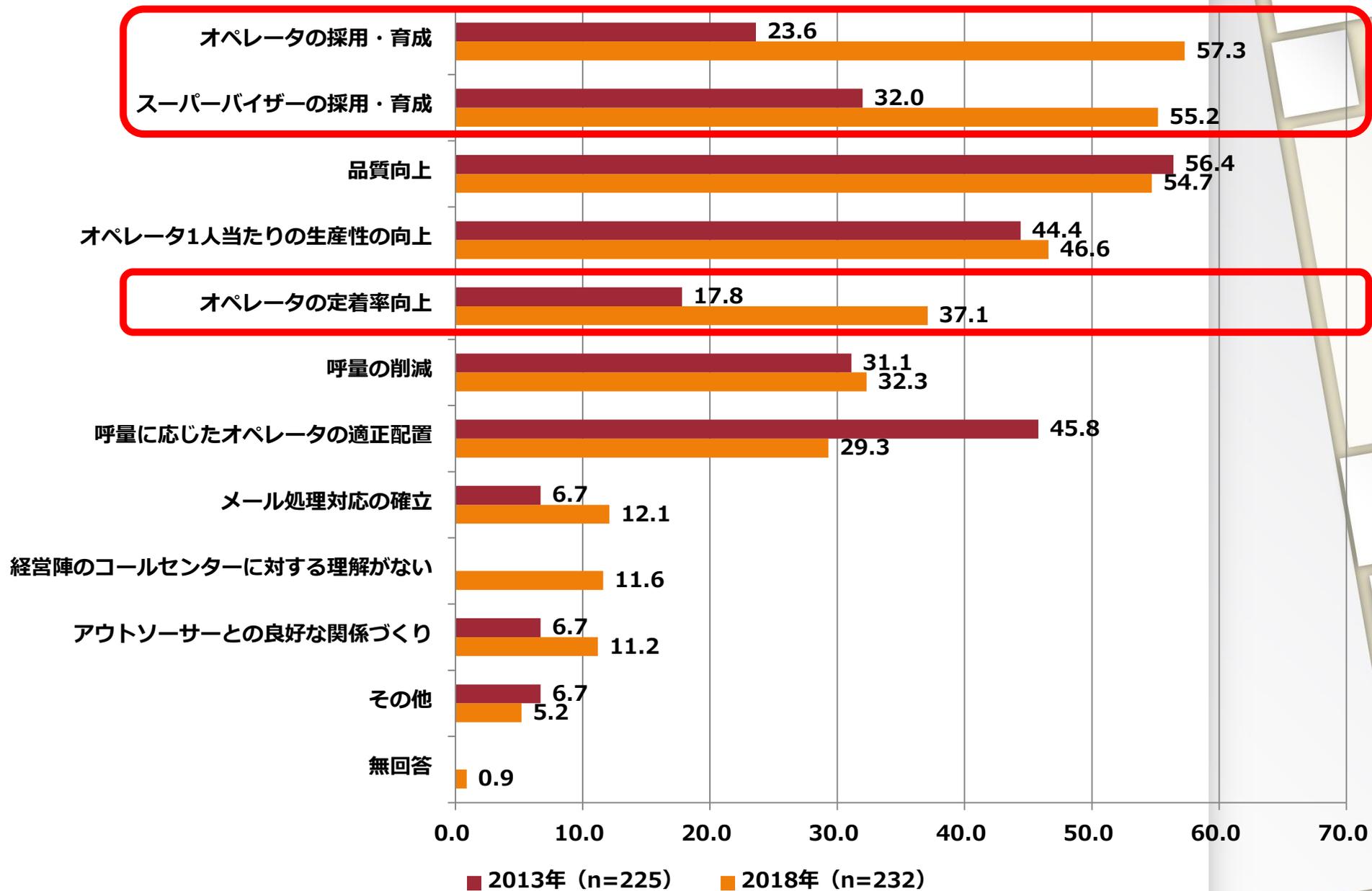


終わりの見えない採用難

オペレータの離職率（全体、通年）



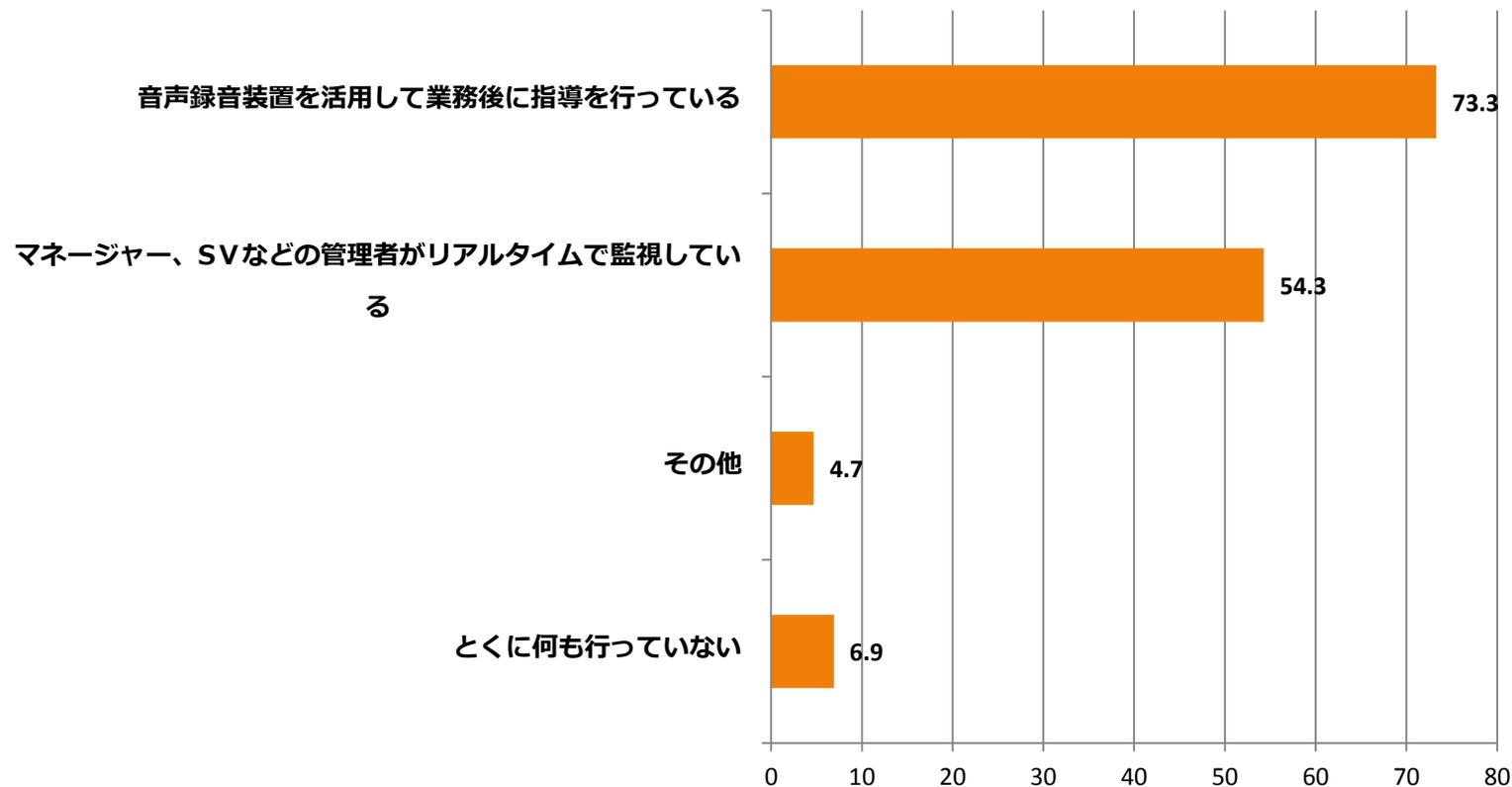
2013年と2018年の実態調査における「コールセンター運営上の課題」



コールセンターの「品質」とは？

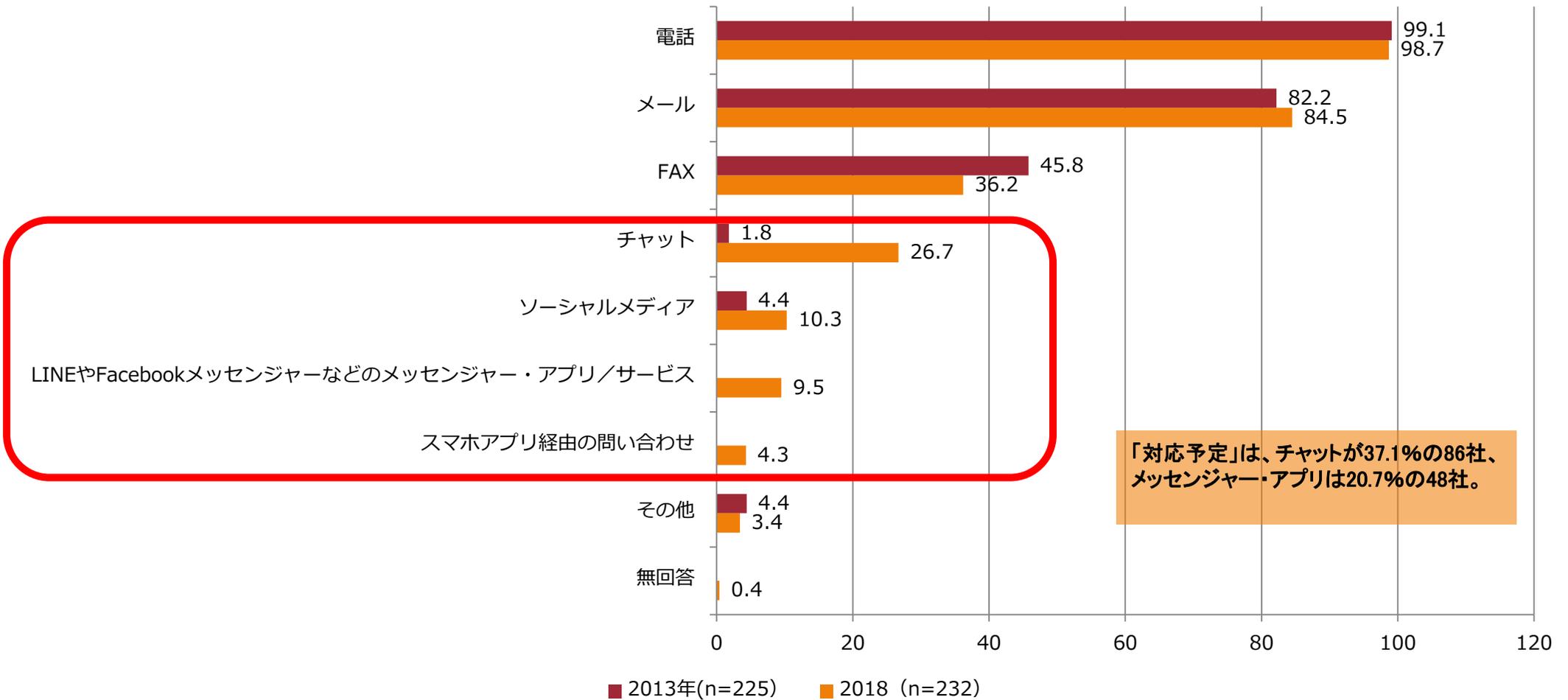
モニタリングによるフィードバックは多くのセンターが実施している。

オペレータ業務のモニタリング手法について (n=232、複数回答あり)



その考え方（あり方）や品質軸に変化は？

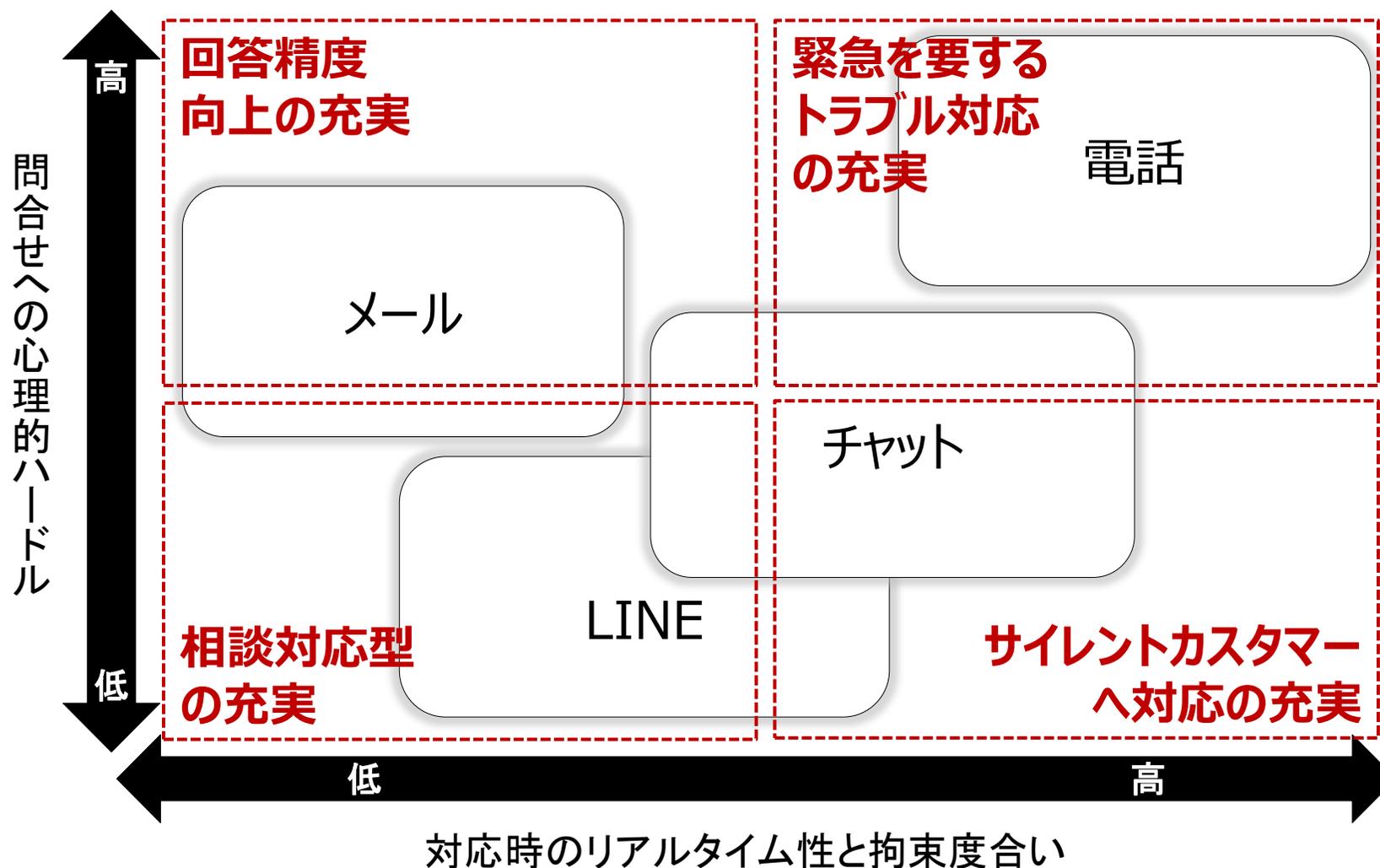
2013年と2018年の実態調査における「コールセンターでサポートしているチャンネル」



チャネル特性と適用業務を考える

資料提供：ISラボ

- 電話での問い合わせを敬遠する顧客が増える中、チャットやLINEのカスタマーサポートへの適用は、充実したいサポート業務を見極める必要がある。



顧客接点の全景を見渡す

認知

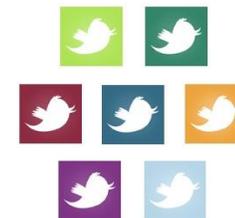
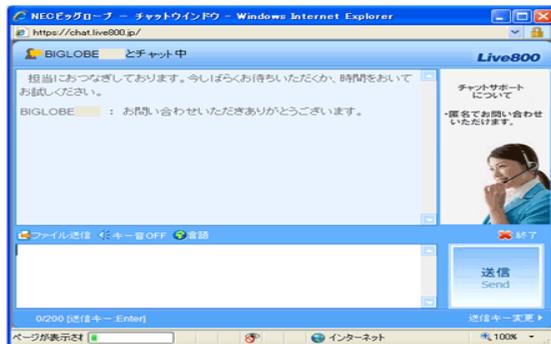
検索

購入

利用

評価

ひとつのチャネルしか使わない消費者は、年齢問わず、ほぼ存在しない！



電話とメールはコールセンター、ソーシャルメディアやLINEはWeb担当者、店舗や営業マンなどの有人チャネルはまったく別部署という「サイロ」ではなく、その全景をみわたす担当者が中心にカスタマージャーニーを描くべき時代になりつつある！

「2020年」の後のコンタクトセンターとは

- 確実に実践しないといけないのは、「顧客の変化」の即応できる体制（人材、IT）を整えておくこと。
- **オムニチャネル環境の顧客接点の業務をデザインする部門になる**
- **「量」のコミュニケーションは自動化、あるいはテキストベースへ。音声による有人対応は、プレミアムサービスとして有料化するといった「サービスの二極化」が発生する**
- コールセンターの「品質」は、オペレータの言葉使いや話法ではなく、「顧客が満足／納得したか」など、顧客の言動をもとに評価するスタイルに移行（すでにはじまっている）
- ITはさらにクラウド化する。SIやベンダーは、今までの「導入してから数年間、保守でビジネスする」というモデルではなく、より高次元の「提案」をマネタイズするモデルが必要。一方、ユーザー企業は「丸投げではなく自社で運用する」という高いリテラシーが求められる
- AIソリューションの機能として、「分析」をもっと活用する傾向が強まる
- コールセンターのマネジメントの役割は、「顧客接点の全景」を顧客視点で見わたすこと。そのスキルが求められる

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

TEL:03-3834-8104

Eメール:ryajima@ric.co.jp

■ Facebook

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

■ Twitter

<http://twitter.com/callcenterjapan>



月刊コールセンタージャパン



毎号、さまざまな記事を独自の視点・取材でまとめています。

コールセンタージャパンのお得な定期購読（年間1万800円、税込み）はこちら。

http://www.ric.co.jp/teiki/ct_order.html

単部購入、コンピューターテレフォニーを含めたバックナンバー購入はこちら。

http://www2.ric.co.jp/cgi-bin/book/ct_list.cgi



定期購読のお申込みはこちらからも可能です。