

JTA エージェンシー大会 2007 開催

当協会では、2007年10月9日(火)に「JTAエージェンシー大会2007」を開催しました(会場：ベルサール神田)。今回のテーマは『複雑化・多様化するクライアントのニーズに対応するために』。第一線のアウトソーシング企業4社から最新動向をご紹介いただきました。今回も定員を超える203名の申し込みがあり、参加者は熱心に聴講されました。

ご挨拶 コール/コンタクトセンター業務をアウトソーシングする？ それともインハウス？

●講演者 (社)日本テレマーケティング協会

菱沼千明会長

講演概要：4社の発表に先立ち、菱沼会長は、コールセンターのアウトソーシング活用が年々広がっている状況とともに、アウトソーシングのメリット(迅速にビジネスをスタートアップ、専門家による効率的な構築・運営、コアコンピタンス業務へワーシフト、他)と課題(顧客の生の声が委託元に伝わらない、期待していた効率化・高品質オペレーションができていない、アウトソーサーからの改善提案がない、他)について解説。

そのうえで、課題解決のポイント：①何かやっているらしい

という状態にしない：VMO (Vendor Management Organization)を組織する。②具体的な目標設定を時間をかけて行う：KPIからKSFへ。③SLAで明確化：両者の役割・責任範囲明確化、等を提示された。

講演の最後には、今後の方向性を解説し、導入を検討している企業や課題を抱えている企業へガイドラインを示された。



コールセンターにおける顧客の声 (VOC) 活用の痛点

●講演者 トランスコスモス(株) コールセンターサービス総括 サービス企画本部 データベースマーケティング課 コンサルタント

北出 大蔵 氏

講演概要：同社では、データ分析結果に基づき「顧客対応を科学する」という信念のもと、データマイニング/テキストマイニングを活用した様々なDBマーケティングサービスを開発・展開してきた。講演では、コールセンターにおける顧客の声(VOC=Voice Of Customer)の収集・分析・活用に対するニーズが高まるなか、現実問題としてコスト効率の低下を最小限に留めつつ、センターでVOCの収集・分析・活用を実践していくための方法を、事例を交えて紹介された。

北出氏は、VOC活用拠点として期待が高まるコールセンターの役割とともに、VOCの課題などにふれ、VOC活用における3つの痛点について解説された。

VOC活用の痛点①トップダウンの意思決定・資源配分：本来、コールセンターは顧客との会話を通じてVOCを拾い上げ、経営やマーケティングに反映させていくための戦略拠点だったはず。だが、従来のコールセンターは、コスト効率を追求するあまり「会話時間を極力減らす」「VOCを残す時間を省く」ことを良しとしてきた。そのため、現実には「VOCを取って残さないコールセンター」が形成されてしまっていることが多い。**解決策：**1)経営層が、VOC収集に費やすリソースは「余分なコスト」ではなく、「本来必要だが費やしてこなかったコスト」だと捉え直す。2)VOCの収集・分析・活用の目的を決定する。3)トップダウンで、VOC収集をコールセンターのミッションにする。

VOC活用の痛点②ミドル層どうしの部門間連携：分析には、入り口に当たる「設計」「収集」や、出口にあたる「解釈」「立案」

などを含むが、そのすべてを同じ人が担当するケースは希である。しかし、分析の成果の良し悪しは、分析の入り口や出口の精度に左右されるものである。そのため、推進者が全体のとりまとめ役となって、収集者・分析者・活用者が部門横断的に連携し、一連の工程を遂行できるかが重要となる。

取るべきアクション：1)VOC委員会などを組織する、2)部門間調整や社内啓蒙を行う、3)合同定例会で課題を共有する。→ミドル層どうしで「残す化」「見える化」「使える化」の実務責任者を決め、部門横断的な定例会を開催する。**VOC活用の痛点③ボトムアップの継続的な取り組み：**現場にVOCの重要性を浸透させていくためには、運用現場に根ざした粘り強い取り組みが必要となる。取るべきアクション：1)良質なVOCを収集し、蓄積する、2)必要な知識・技能を修得し、分析する、3)現場感覚を活かした解釈・立案を行う→収集・分析・活用の現場レベルで「残す化」「見える化」「使える化」を継続的にを行い、活動の定着化を図る。

講演の後半では、VOC活用サイクルを段階的に構築する方法、目的設定・課題整理を支援する「コールログ診断」、VOC活用サイクル定着に向けた仕組みづくりを支援する「VOC分析デスク®」サービスの概要や事例の紹介をされ、VOCの収集・分析・活用を実践していくための具体的方法について解説された。



BtoBにおける売れる仕組みの構築—永続的な顧客開拓アウトソーシング事例紹介—

●講演者 (株)イノベーション 代表取締役

富田 直人氏

講演概要：同社では、BtoBに特化した営業支援事業を展開しており、リアルとネットを組み合わせ見込客を獲得・育成する「売れる仕組み事業」、IT業界に特化した見込客開拓サイト「ITトレンド」などのサービスを提供している。講演では、「売れる仕組み事業」「ITトレンド」をはじめ、同社の継続的にリードを獲得できる体制作り、ユーザー事例などを紹介された。

発表の冒頭、富田氏は「BtoBマーケティングにおける共通の課題」にふれ、「景気拡大、少子化の影響を受け、若手営業マンの採用の難易度は高まる一方であり、この時代を乗り越えるためには、新たな営業組織・体制を作っていく必要がある。企業向け営業の初期段階をアウトソースすることで、本来営業マンが取り組むべきクリエイティブ性の高い『訪問』や『商談』にフォーカスすることが可能になる」と解説された。

続いて、同社のサービスを紹介。同社の「売れる仕組み」とは、①テレマーケティング、②データベースマーケティング、③インターネット広告の3つのソリューションを組み合わせ、プロスペクトの獲得から育成、オポチュニティを定期的に創設する仕組み構築システム。1) マーケットに対して、テレコール(キーマン調査)、SEM、NET広告などを行いプロスペクトを獲得→2) テレコール・DM・FAX・メール(情報提供・アポ取り)を行うなかでリードを抽出→3) 見込客として期待できるオポチュニティに対してセールス活動を行う、こうした一連のプロモーションを継続的に行っている。「売れる仕組み」を活用しているビ

ジネスパートナー(顧客)はオポチュニティに対するアプローチに専念できるというメリットがあり、また、一連のプロセスのなかでオポチュニティのニーズや課題が明確化されているケースもあり、より具体的な提案ができるというメリットもある。

「ITトレンド」は、IT関連の製品の情報を集約したwebサイトであり、企業のシステム導入検討者に製品の比較検討・資料請求・お問い合わせをしてもらい、ベンダー企業と導入企業をマッチングするという仕組み(基幹システム・情報系システム・セキュリティ・開発支援・ハードウェア・ネットワーク・ITトレンドなどのカテゴリがある)。「ITトレンド」の特徴は、①掲載料及び初期費用は無料であり、リスクのない広告出稿が可能、②完全成果報酬型のサービス。お問い合わせ・資料請求・ダウンロードのみに課金(1件あたり1万円)など。営業の人材が不足している企業にとって有効なサービスであるとともに、同社には検索エンジン対策・SEM対策のノウハウがあり、「新規見込客を呼び込むことができる」と富田氏は解説された。

講演の後半には、ビジネスアプリケーションの新規開拓、イベント集客・来場者フォローなどの事例紹介をされ、見込客を獲得していく方法・体制などについて発表された。



新たなアウトソースの可能性～テレマーケティング事業者としての当社の取り組みについて～

●講演者 ビーウィズ(株) 営業企画部長

武田 省吾氏

講演概要：同社はコンタクトセンターを中心としたアウトソーシングサービスの提供や人材派遣を行っており、通信・金融・官公庁・メーカー・流通・IT等多岐にわたる業界・業種より業務を受託している。

わが国の経済が消費者主導型に移行するなか、また、人口減少・高齢化社会の到来により、労働市場においても大きなパラダイムシフトが起きている。このような環境下、講演では、消費者と企業を繋ぐ重要なプラットフォームとしての同社の取り組みについて発表された。

武田氏は、講演の冒頭で、ビジネスアウトソーシング市場の変化にふれ、アウトソーサーへの期待は「コスト削減」「変動費化」から「戦略的パートナーシップ」「プロフィットシェアリング」に変わりつつあり、「BPOの活用は、発注元にとって単なるコスト削減を目的とするものから、顧客満足度向上や収益向上を目的としたものになりつつある。同じ目的に向かっていくという、認識が合致しているコンタクトセンターがビジネスパートナーとして選ばれている」と解説された。

また、アウトソーシング活用のメリットについては、以下の「4つのメリット」と「生まれる付加価値」をあげて解説された。

- ① **運営品質・生産性の向上：**専門性の高い外部リソースを活用することで、品質・生産性の向上を実現。
- ② **効率的な経営(コスト削減)：**最適化されたサービスにより全体のコスト削減が可能。
- ③ **事業リスクの低減：**アウトソーシングによって、コストの変動費化が実現され、社会環境や自社戦略の変化にスピーディに

対応し、経営の安定化を図ることが可能。
④ **経営資源の有効活用：**業務全体を包括的にアウトソーシングすることにより、経営資源を自社のコア領域に集中することが可能。
生まれる付加価値：CS向上、標準化、専門性・ノウハウ、スピード、コンプライアンス、サービス・社会におけるニーズの洞察、基幹集中型、カスタマーエクイティの追求、等。

講演の後半には、社会の変化とコンタクトセンターについて解説され、今後の展開については「消費者が強い社会では、より消費者に近い位置で、消費者のニーズをよりの確に捉えることが極めて重要。顧客の声をいかに吸い上げられるかが、今後あらゆる事業者の成否に直結する」・「ネットワーク化した消費者の声を拾い、より深く理解・追求し時代に沿った価値あるサービスを企業へ提供していくことが今後のアウトソーサーに必要な考え方となる」・「消費者がネットワーク化している現代においては、コンタクトセンターを有効に活用し、顧客の真のニーズを分析し、更には洞察することが、あらゆる事業者の成功に必須不可欠な要素である」と語った。

その後、「顧客満足度向上を目的とした」具体的事例として、お客様から寄せられた声を業務改善・サービス戦略に活用している事例、リコール等緊急対応の事例、及び「収益向上を目的とした」事例として、代理店機能を代行する事例を紹介された。



CRMの進化型『P-P-Cサイクル・ソリューション2.0』

●講演者 (株)ベルシステム24 マーケティング・ソリューション事業本部 クロスメディア・ソリューション事業部 事業部長 | 西脇 紀男 氏

講演概要：同社は、1993年に先駆的に『P-P-Cサイクル・プラン』という顧客サイクル構築の概念を提唱し、コンタクトセンターを基盤とした顧客育成プログラム・プロモーションを手がけてきた。14年後の2007年、同社では、その発展型として『P-P-Cサイクル・ソリューション2.0』をリリース。発表では、『P-P-Cサイクル・ソリューション2.0』の概念について西脇氏が解説された。

同社が提唱する『P-P-Cサイクル・ソリューション2.0』とは、「徹底した顧客本位のコンセプトによる、あらゆるマーケティング空間の提供と、コミュニケーションとクオリティの科学的マネジメントを通じて、顧客のファン化とその活性化を実現するソリューション」。そのコンセプトは、①徹底した顧客本位の視点により、マスからダイレクト、対面まで繋がる全てのマーケティング・コミュニケーション空間を提供。②マーケティング・コミュニケーション空間で展開されるコミュニケーション・データの蓄積・分析を通じて、「顧客」と「プロモーション」、「商品・サービス」のクオリティを科学的に評価・マネジメント。①+②の結果として、マーケティング・コミュニケーションに関するP-D-C-Aサイクルの展開により、顧客スパイラルを活性化(質と量とスピードの最適化)し、顧客の「ファン化」を実現しようというもの。

具体的な展開のポイントについては、以下の点をあげて西脇氏は解説された。

①エンドユーザーのニーズ、利便性を重視したコミュニケーション導線の設計構築：マスからダイレクト、対面に至るまでのすべてのコミュニケーション・チャネルを、エンドユーザー視点で使い勝手よく、連携・配置。

②ニュートラル空間の構築：購入の意思に関係なく自由に情報収集ができ、購入や利用経験についての情報共有や意見交換ができる中立的なコミュニケーション空間「ニュートラル空間」を企業側が構築し、エンドユーザーに提供。企業側は、この空間でのコミュニケーションを通じてエンドユーザーのニーズ、ロイヤリティを醸成し、セールスリードを創出していく。

③潜在客のニーズをマネジメントする「Potential DB」の構築：ニュートラル空間でコミュニケーションを展開する潜在客や、プロモーション・プロセスからこぼれ落ちていった潜在客をマネジメントするデータベースとして、「Potential DB」を構築。潜在客のコミュニケーション情報やコンタクト履歴等を蓄積・分析し、ニーズ、ロイヤリティの高まりを「グレーディング基準」に基づきマネジメントしていく。

④顧客の評価(グレーディング)基準設定と、それに基づくプロモーションマネジメントの実践：各種顧客DBに蓄積される顧客の属性情報やコミュニケーション情報、コンタクト履歴などのデータを材料として、予め設定したスコアリングのロジックによって顧客の購買見込度を数値化して、グレーディングを行っていく。これにより、顧客のポジショニング(ニーズ)にあったコミュニケーション展開が可能となり、顧客の「心地よさ」の維持と、プロモーション効率化の両立を実現する。

「パートナー企業との協力により、このような『P-P-Cサイクル・ソリューション2.0』をワンストップで提供できる環境ができた」と西脇氏は語り、具体的展開モデルなどの発表された。



T O P I C S

研究会「従業員の帰属意識を高めるヒューマンリソースマネジメント」を実施

2007年9月12日より5回にわたって行った、研究会「従業員の帰属意識を高めるヒューマンリソースマネジメント」が、10月10日をもって開催日程を終了しました。

今回の研究会には、昨年の研究会「コールセンターにおける離職率の低下に効果的な施策とは」同様、青山学院大学大学院 博士後期課程の小川悦史氏をコーディネーターに迎え、14社16名の方が参加しました。

9月12日に行われた第1回目では、小川氏の資料を基に今回の研究会について認識の共有が図られ、2回目以降は、人事施策による効果(第2回)、職場環境改善による効果(第3回)、高業績者たちにみる共通項とは(第4回)をテーマに各社の取り組みや、課題等について熱心な議論が交わされました。最終回では、第4回までの討議に基づいたテーマごとの総括が行われ、参加者それぞれのセンターにおいて、従業員の帰属意識を高めるヒューマンリソースマネジメントの参考となるものとなりました。



日本流通産業新聞・テレマーケティング特集号に協会PR広告を出稿

広報委員会では、日本流通産業新聞・テレマーケティング特集号に当協会PR広告を出稿しました(2007年10月18日付・全8段)。同紙テレマーケティング特集号では、2006年度テレマーケティング売上高ランキング、テレマーケティング市場動向等を紹介。JTA会長インタビューで菱沼会長は、業界の現状や取り組みについて「効率化追求から価値創造に進むべき」「合計4,600億円市場、さらに成長する可能性は大きい」と語っています。

協会PR広告では、「信頼の証 JTAブランドの私たちと安心してお付き合い下さい」をキャッチコピーに、JTA会員一覧を掲載。JTA会員がコンプライアンスを遵守したサービスを行っていること、高品質のサービスを提供していることをPRしました。

コミュニケーション・ヒューマンリソース
センターマネジメント・スクリプト・システム etc

あなたの疑問・質問に **お答えします!**

コンタクト
センター

Q&A



メールと文書による対応を担当する
スタッフの教育は、
どのように進めればよいでしょうか。

角脇 さつき 氏

回答者

(株)プロフェッショナルアカデミー 代表取締役社長
JTAテレマーケティングスクール テレコミュニケーター養成講座講師

A

文書による対応が電話対応と異なるのは、時間をかけて見直しができることと、一方で一度提示したら言い直しができないことの2点にあります。つまり、より完成度の高い表現力が求められるという点に留意することが必要です。

以下の5段階を踏んで正しく、わかりやすい日本語力と、状況に合わせた書き分けができる文書力を身につけさせるとよいでしょう。

ステップ1：導入研修

用字、用語、文法、構文など、ビジネス文書(書き言葉としての日本語)の基本を学ぶことを目標にします。文書力は個人によって大きく異なりますので、受講者のレベルに合わせて講義と自己学習を上手にミックスすると学習効果が上がります。

ステップ2：基礎研修

実際の回答文書の基本の型を学ぶことを目標にします。この際、私どもでは「写経」と呼んでいます。過去の文例を何度も、丸ごと書き写す訓練を実施します。実践では、テンプレートをコピーすることはできるのですが、ここでは全文を組み立てる力をつけさせます。

ステップ3：応用研修

基本文型をカスタマイズできる力をつけます。基本文型の一部を書き換える練習として、さまざまな状況に合わせて、丁寧度や専門用語、言葉遣いの適切な書き換え、書き分けができるようにします。

ステップ4：実務研修

実務を通して、スキルを完成させる段階です。対象者が作成した文書をすべて上席者が発信前に査読(チェック)を行い、添削します。十分なスキルレベルに達したと判定したら、本格的に実務配備をし、その後も一定期間は、毎日業務終了時にその日作成した文書を上席者が点検をします。

ステップ5：フォローアップ研修

担当者間のスキルレベルを揃え、継続的に向上させるためには、定期的に学習会を開くとよいでしょう。ひとつの課題に対して各自が文書を作成し、違いを比較検討しながら、望ましい回答文を作成し討議させる形式が、効果があがるようです。

以上参考になさってください。

当コーナーでは、皆様からのコンタクトセンターに関する疑問・質問に専門家がお答えします。日頃から疑問に感じていること、現在困っていることなどを、「コンタクトセンターQ&Aへの質問」と明記のうえ、下記メールアドレスまでお送りください。

なお、掲載に当たっては匿名とさせていただきますが、質問の内容について協会事務局よりご連絡させていただくことがありますので、会社名・部署名・氏名・電話番号・メールアドレスを明記ください。

(社)日本テレマーケティング協会 事務局 e-mailアドレス office@jtasite.or.jp

JTAメールニュース 好評配信中

情報調査委員会・広報委員会では、より多くの情報を提供することを目的に「JTAメールニュース」の配信を行っています(配信日：不定期)。2007年10月に配信したVol.78では、以下の記事をはじめ多様な情報を紹介しました。

- 「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン第26条の解説改訂版」公表(9月12日、総務省)
- 「平成19年版厚生労働白書」公表(9月14日、厚生労働省)
- 東京大学社会科学研究所 人材ビジネス研究寄付研究部門 成果報告会
- 「モバイルビジネス研究会」の最終報告書 公表(9月20日、総務省)
- (社)日本人材派遣協会「労働者派遣事業報告書 アンケート集計結果」公表

配信ご希望の方は、「JTAメールニュース配信希望」と明記のうえ、配信先メールアドレス・会社名・部署名・氏名・連絡先電話番号を記入し、当協会事務局e-mailアドレス(office@jtasite.or.jp)までお申込みください。

当協会ホームページ(<http://jtasite.or.jp>)からもお申込みいただけます。

スーパーバイザー interview vol.7

お客様1人ひとりに合わせた対応ができ
自ら考えて判断できる
『創造型のオペレーター』を育てていきたい

株式会社経営管理センター
東京支社 コールセンターソリューション部

研修・品質管理担当 チームリーダー
大越 貴子さん

大越さんは、オペレーターからステップアップされ、
数社でSVを経験された後、株式会社経営管理セン
ターに入社。コミュニケーションの奥深さにやりが
いを感じ、テレマーケティングの仕事が続いている
そうです。リラックス法は、ペットのハムスターと
ふれあうこと。その愛らしい姿をみると、疲れも吹
き飛んでしまうそうです。



株式会社経営管理センターの大越貴子さんは、研修・品質管理担当と通信販売部門のチームリーダーを兼務され、センター運営・品質管理・人材育成など幅広い分野で活躍されています。大越さんに、チームリーダーとしての心構え、センターの品質管理に必要な視点などを伺いました。

同社東京支社の東中野コンタクトセンターでは、クライアントからの要望に応じて、ヘルプデスク(70席)、通信販売(10席)、テクニカルサポート(10席)など、多様なサービスを提供しています。大越さんがチームリーダーを担当する通信販売チームは、オペレーター8名、オペレーターリーダー2名、チームリーダー(大越さん)という体制でお客様から寄せられる受注・問い合わせなどに対応しています。

1人ひとりのお客様を大切に

通信販売チームでは、複数のクライアントのサービスを担当しており、幅広い年齢層のお客様からの受注・問い合わせがあります。最近ではシニアのお客様が増えており、お客様のなかには電話での注文に慣れていない方もいて、十分な配慮が必要と大越さんは言います。

「シニアの方との会話に慣れていないオペレーターは、当初、会話のスピード・方言などに戸惑うこともあるのですが、『お客様の立場に立ってお話を伺ってください』と指導しています。センターでは、どうしても効率を優先しがちですが、クライアント様からは『1人ひとりのお客様を大切に、ていねいな対応をしてください』というご要望があり、お客様満足を最優先に対応しています。

言葉を大切に 高品質のサービスを提供したい

大越さんは、研修・品質管理の責任者でもあり、社内教育とともに、社外研修サービスを担当されています。最近、研修や日々の業務のなかで「言葉の大切さ」を感じる事が多くあるそうです。

「言葉には繊細な部分があり、表現の方法によって、相手への伝わり方が変わってしまうこともあります。お客様とお話する際にも、日頃から正しい言葉遣いをしていないと、適正でない言葉遣いがうっかり出てしまうこともあります。オペレーターには、親しい間柄であっても礼儀正しい言葉遣いをするよう指導し、言葉の引き出しが増えるよう読書をする、上手なオペレーションを参考にしようアドバイスしています。お客様から『対応がよかったよ』とお褒めの言葉をいただいたときは、トレーナーとして喜びを感じますし、『これからも頑張っていきましょう』と、スタッフ全員で喜びを共有しています。

部下との関係については、公平に接すること、「自分自身が行動し、手本をみせること」を心がけているそうです。

「サービスに関わる部分はもちろんですが、挨拶や整理整頓などのマナーについても、自分から率先して実践していると、オペレーターたちが『私たちがやります』とってくれるようになり、センター内に広がっていきました。『前に教えたでしょう』『マニュアルに書いてあるでしょう』と頭ごなしに命令しても、それでは「なぜ、この仕事が必要なのか」「どのような姿勢で仕事をすべきか」など、肝心な所が伝わらないと大越さんは

言います。一見、遠回りのように感じられたとしても、仕事の意義・スタッフの役割・求められる姿勢など根幹に関わる部分を1つひとつ教えていくことが重要なのでしょう。

創造型のオペレーターを 育てていきたい

今後の目標については、チームリーダーそして教育担当として、人材の育成に力を入れていきたいということです。

「オペレーターにはマニュアルに基づいた対応が求められますが、それだけではなく、お客様1人ひとりに合わせた対応ができ、お客様の気持ちを汲み取ることができる人材、自ら考えて判断できる『創造型のオペレーター』を育てていきたいと考えています。そのためには、オペレーター自身の意欲を引き出すことが重要ということです。

最後に、後輩スーパーバイザー(SV)へのアドバイスをいただきました。

「SVには『気づきと実行力』が必要だと思います。センター全体を見渡せるようなアンテナを張り巡らせ、オペレーターの心理面にも気を配るよう常に心がけていただきたいですね。

ただし、誰もが最初から完璧にできるわけではありません。その点は、怖がらずに前向きにチャレンジしてほしいですね。多くの人たちがあなたをサポートしてくれるはずですよ。優しい笑顔で大越さんは語ってくれました。

部下や指導したオペレーターがどこに行っても活躍できるよう育てていきたいと語る大越さん。後輩たちを想う気持ちがお話から伝わってきました。

本コーナーでは、業界のキーパーソンであるリーダー・スーパーバイザーの魅力や重要性をご紹介します。皆様のセンターで活躍しているリーダー・スーパーバイザーをご紹介します。エントリーをお待ちしています。

いい土地、
見つかる。
UR



ビジネスは立地。 土地のことならUR。

まちづくりのURだからできること「トリプルメリット」

- 01 立地・用途・面積で選べる。
- 02 充実の都市基盤。
- 03 広域交通網との連動。

流通・生産拠点、オフィス・研究所用地、サービス施設用地など詳しくは、

ビジネス用地はUR

検索

街に、ルネッサンス
 UR UR都市機構

お問い合わせは【午前10時～午後5時 定休日:土・日・祝日】
 0120-555-867
<http://business.ur-net.go.jp/>

URビジネス・サポート

 事業参加
土地活用  住宅用地  事業用地  店舗・事務所  社宅向け
UR賃貸住宅

協会日誌

10/2 広報委員会

① 広告の出稿について

・日本流通産業新聞「テレマーケティング特集号」に出稿する協会広告のコピーについて討議した。

② JTA・NEWSの発行について

・2007年11月号：11月15日～16日に開催されるコールセンター/CRMデモ&コンファレンスにおいて配布するため、1,000部増刷することを決定した。

・2007年12月号：JTAスタディツアー海外テレマーケティング事情視察の報告レポートを掲載し、ビジュアルが多いため、カラーにすることを決定した。

10/11 事業委員会

① テレマーケティング・ガイドブック

・各記事の進捗状況等の報告および今後のスケジュールの確認を行った。
・表紙のデザインについて、再度案を

提出することになった。

② JTAコンタクトセンター・セミナー2008の開催について

・会場が中央大学駿河台記念館となったことを報告した。

・基調講演の講師候補を選定した。

・各セッションのテーマを承認し、会員に対し、モデレーター・スピーカーへの参加意向を把握することとなった。

③ JTAスクールについて

・上半期の受講状況および新講座「コールセンターのコーチになる」「モニタリング実施手法セミナー」の開催報告をした。新講座に関しては、受講者からの評判も良かったため、今年度中に再度開催することを承認した。

第8回 コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 開催のお知らせ

国内最大のコールセンター、CRM分野の展示会「コールセンター/CRMデモ&コンファレンス」が2007年11月15日(木)・16日(金)の日程で開催されます。

今回のテーマは「五年後の「to be」あるべき姿を読む」。約140社が「展示会」「ワークショップ」を通じて最新のコールセンター、CRM 関連製品、サービスを紹介する他、「特別コンファレンス」「実践研修講座」「プライベートセミナー」が予定されています。ぜひご参加ください。

※入場・各プログラムへの参加には事前登録が必要です。【事前登録】<http://www.callcenter-japan.com> ※登録締切2007年11月15日

コールセンター/CRM デモ&コンファレンス

会期：2007年11月15日(木)・16日(金) 10:00～17:30 会場：東京・池袋サンシャインシティ・文化会館

主催：リックテレコム「月刊コンピューターテレフォニー」、CMP ビジネスメディア

後援：(社)日本テレマーケティング協会、(社)日本通信販売協会、HDI-Japan、(社)企業情報化協会、COPC

お問い合わせ先

コールセンターデモ運営事務局 (CMPビジネスメディア内) TEL：03-5296-1020
オフィシャルWEB サイト：<http://www.callcenter-japan.com>

通販カンファレンスTSUHAN2007 開催のお知らせ

来る2007年11月21日(水)・22日(木)、(社)日本通信販売協会(JADMA)が主催する初の通販カンファレンスTSUHAN(通販)2007(TSUHAN ANNUAL CONFERENCE 2007)が開催されます。

TSUHAN2007では、通販事業者を対象にワークショップと有料カンファレンスを開催します。ワークショップでは通販企業を対象に、印刷、同梱、受注代行、運送、代金回収、インターネット関連サービスなど、通販業務支援のシステムやサービスなどのプレゼンテーションが行われます。カンファレンス(有料)では、JADMA総務委員会が主体となり、各委員会の協力を得て、通販業界のオピニオンリーダーが一堂に会し、カンファレンスを開催します。各企業ならびに業界全体としての方向性を示唆することとなるでしょう。今後の通販業務の参考にぜひご参加ください。

※基調講演、ワークショップ、カンファレンスに参加するには事前登録が必要です。

通販カンファレンスTSUHAN(通販)2007

開催日：2007年11月21日(水)～22日(木) ※両日とも10:00～16:30(予定) ※21日のみ17:00～19:00名刺交換会を開催予定

会場：富士ソフト アキバプラザ(東京都千代田区神田練塀町3)

主催：(社)日本通信販売協会

後援/協力：(社)日本テレマーケティング協会、(社)日本ダイレクト・メール協会、他

定員：基調講演290名 ワークショップ各コマ約20名 有料カンファレンス50名or100名

参加費：無料[但し、有料カンファレンスは1コマ3,000円/人(予定)]

お問い合わせ先

(社)日本通信販売協会 TEL：03-5651-1155
オフィシャルWEB サイト：<http://www.jadma.org/TAC/index.html>

JTA NEWS TOPICS

JTA・NEWS Vol.128 Contents

JTAエージェンシー大会 2007 開催報告	1-3
TOPICS	3
コンタクトセンターQ&A	4
SVインタビュー	5
広告	6
協会日誌 コールセンター/CRMデモ&コンファレンス TSUHAN2007 開催のお知らせ	7
TOPICS	8

次号予告

「JTA・NEWS」Vol.129では、「海外テレマーケティング事情視察報告」などを掲載する予定です。
※掲載内容は変更する可能性があります

協会ロゴマークを ご活用ください

当協会の正会員は「協会ロゴマーク」を名刺、パンフレット、広告等にご自由にお使いいただけます。
是非ご活用ください。
清刷やデータをご希望の方は協会事務局までご連絡ください。



社団法人日本テレマーケティング協会 正会員



社団法人日本テレマーケティング協会 正会員

お答えします。
テレマーケティングの
あらゆる「？」

テレマーケティング電話相談室

03-5289-0404

受付時間 10:00~16:00 (土曜・日曜・祝日を除く)

トレーナー養成講座実践編「モニタリング実施手法セミナー」開催

去る2007年10月2日(火)に、トレーナー養成講座実践編「モニタリング実施手法セミナー(モニタリング講座)」を開催しました。

トレーナー養成講座 実践編
「モニタリング実施手法セミナー」
講師：後藤啓子氏
会場：日本マンパワー (東京都千代田区)



本講座は、「トレーナー養成講座」(2日間コース)受講者または受講企業などを対象に、モニタリングの本来の役割や目的を確認し、受講者が基本的なモニタリング手法を習得することにより、各企業コールセンターで独自に実施されているモニタリングやフィードバックを見直すことを目的に開催しました。

本講座には15社20名の受講者が参加し、少人数(4名程度)のグループの中で、徹底したディスカッションを実施。前半ではモニタリングのための評価項目や評価基準作成のポイントを確認するとともに、後半ではデモテープを使用し、グループ内でのフィードバックのロールプレイングを行いました。



大阪会場にて「スーパーバイザー養成講座」を実施

去る2007年9月20日(木)・9月21日(金)の日程で「スーパーバイザー養成講座」(黒田講師)を実施しました。

スーパーバイザー養成講座
講師：黒田真紀子氏 会場：新大阪丸ビル新館

本講座では、スーパーバイザーの役割と、それを果たすためのベースである信頼関係の構築の仕方に焦点を絞り、ストレスマネジメント、モチベーションアップのポイント、上司とのコラボレーションなどについて学び、スーパーバイザーに求められる能力発揮を目指していただくものです。

今回も熱心なリーダー・スーパーバイザーが参加されました。

JTAテレマーケティングスクール 好評開催中

事業委員会では、コンタクトセンタースタッフのための養成講座「JTAテレマーケティングスクール」を開催しています

●JTAテレマーケティングスクール 2007年12月~2008年2月 開催スケジュール

開催日	講座名	講師	会場
12/ 6(木)~12/ 7(金)	スーパーバイザー養成講座	濱 富美子氏	新大阪丸ビル新館
12/13(木)~12/14(金)	トレーナー養成講座	後藤 啓子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
12/20(木)~12/21(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 真紀子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
2008年			
1/17(木)~ 1/18(金)	トレーナー養成講座	後藤 啓子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
1/24(木)~ 1/25(金)	スーパーバイザー養成講座	濱 富美子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
1/31(木)~ 2/ 1(金)	スクリプト作成講座	鈴木 誠氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
2/ 7(木)~ 2/ 8(金)	クレーム対応講座	玉本 美砂子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
2/14(木)~ 2/15(金)	スーパーバイザー養成講座	黒田 真紀子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
2/21(木)~ 2/22(金)	センターマネージャー講座	谷口 修氏	東京 NTT麻布セミナーハウス
2/28(木)~ 2/29(金)	トレーナー養成講座	後藤 啓子氏	東京 NTT麻布セミナーハウス

お問合せ先

(社)日本テレマーケティング協会 TEL:03-5289-8891

JTAスクール専用サイトにて
受講お申し込みができます

http://www.jtastite.or.jp/jta_school/index.html