

CCAj News

Vol.254

2018年5月号

Contents

- ◇ソリューション最前線
「コンタクトセンターにおける
RPA 活用の方向性①」

- ◇仙台で
コンタクトセンター見学会を開催
- ◇協会日誌
- ◇コールセンター基礎講座ご案内

【ソリューション最前線】

コンタクトセンターにおける RPA 活用の方向性①

近年、RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）というワードが周知されてきました。語意としては『パソコン作業で、これまで人間が行ってきたルール・ベースの反復的な手作業を代行するツール』となります。今後、普及が進めば、2025年までに全世界で1億人以上の知的労働者、もしくは1/3の仕事がRPAに置き換わるとも言われ、注目を集めています。

業務の効率化や人手不足解消の決め手の一つとも言われるRPAですが、コンタクトセンター業界にどのような影響を与えるのでしょうか。一般的なRPAの利用状況やコンタクトセンター向けソリューション、活用事例などを含めて、RPAの現状とこれからを本号と次号の2回にわたってご紹介します。

本号では、一般社団法人日本RPA協会、バーチャレクス・コンサルティング株式会社、ナイスジャパン株式会社のお話をお届けします。

◎日本 RPA 協会

RPA の現状について

2017年以降、急激な浸透を見せているRPA。働き方改革やコスト削減など、多くの側面で期待されるRPAとはどういうものなのか、その全体像を知るため、一般社団法人日本RPA協会に取材をお願いしました。2016年に設立された日本RPA協会は、「国内外の関連団体との情報交換や協力のための活動を通じて、健全な業界の発展と、RPAエコシステムの活性化により、仮想知的労働者（Digital Labor）と人間が共存する世界を

目指し、世界のRPA市場における日本のプレゼンスの向上に貢献することを目的とする団体」（同協会HPから）です。

代表理事の大角暢之氏に、日本のRPAの現状についてご説明いただきました。

「世界的に見て、RPAに関するマーケットも技術も、日本が一番進んでいます。これは、日本の企業文化によるところが大きいと考えています。日本の高度成長期における製造業の現場で、職人技術の再現として工業用ロボットが数多く導入されて、ものづくりの効率化や高度化を実現してきました。そういった土壌もあって、知的労働に関するロボット化もスムーズだと思



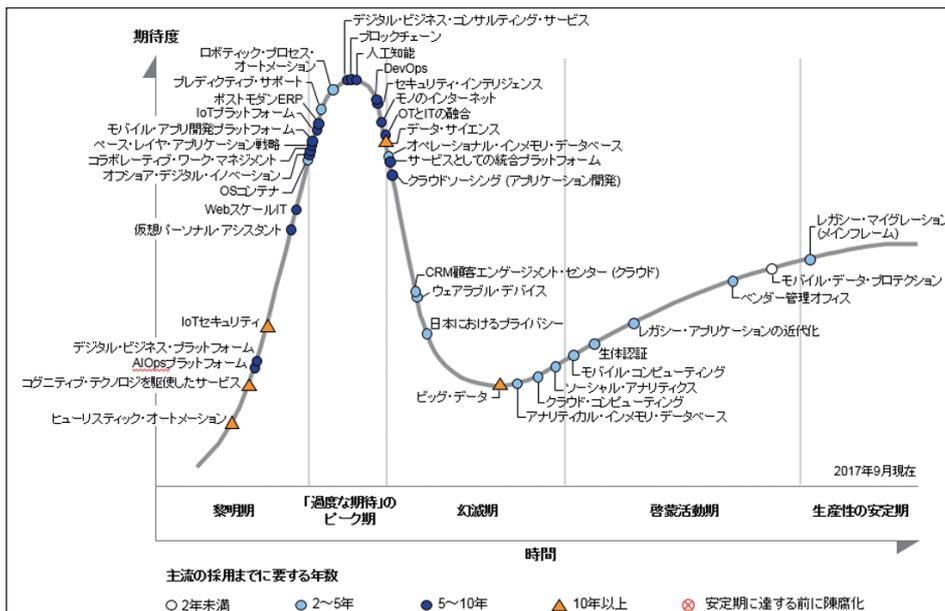
一般社団法人日本 RPA 協会 代表理事 大角 暢之 氏
(RPA テクノロジーズ株式会社 代表取締役社長)

われます。また、今後も労働力の減少が進むとされている日本では、人材不足を補うもの、あるいはより人材を活用するための補佐的ツールとしての期待から、導入が進んでいます」

一方で、ブームとも言える RPA への注目と期待に警鐘も鳴らします。

「ガートナーでは、『デジタル・ビジネスを実現する不可欠な要素として日本の IT リーダーが押さえておくべき 40 のキーワード』を選定しています。その中で RPA は、主流の採用にまで要する年数として 2～5 年と短く、ハイブ・サイクルの『過度な期待』のピーク期に入っています(図-1)。この後、幻滅期、啓蒙活動期、生産性の安定期を経て、市場として成熟していくのですが、一般化が早いだけ、幻滅期も早く来ることになります。実際、導入した RPA に不満を持つ企業も出てきているようですが、それは RPA の活用環境や手法をきちんと理解していないから起きていると考えています。それを適正化していくことが、これからの日本にとって重要です」

【図-1】 出典：ガートナー社「日本におけるテクノロジーのハイブ・サイクル：2017 年」
デジタル・ビジネスを実現する不可欠な要素として日本の IT リーダーが押さえておくべき 40 のキーワード



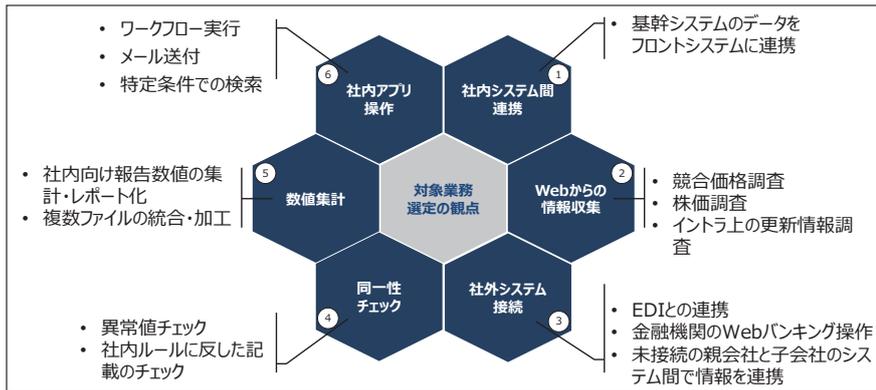
RPA の概要

大角氏に RPA とはどのようなものなのか改めて伺うと、「極端な言い方をすると、“人の作業をレコーディングして再現するツール”、つまりマクロです。ロボットによるパソコンの操作代行に過ぎません。しかし、的確に利用できれば効果は劇的で、コストやリードタイムの削減、品質の向上につながり、結果として高いコストパフォーマンスを実現します。

テクノロジー的にはハードルが低いのに効果が絶大というのが RPA の特長ですから、技術というよりも、24 時間 365 日稼働しても辞めない都合の良い新たな労働力と捉えるべきでしょう。RPA は、仮想的労働者という意味で Digital Labor(デジタル・レイバー)とも呼ばれます。人事的な観点から導入することで、スケールと高度化を実現することができます。それには、デジタル・レイバーに何をやらせるかだけでなく、何をやらせるべきではないかを、経営陣が見極めることが重要だと思います(図-2)」

将来的な展望を伺いました。「将来的には、単純な繰り返し作業を代行するデジタル・レイバー部が企業内にできると考えています。作業中のあるタイミングで必ず発生するルーチンな単純作業を、各パソコンのログなどから判断して、それに対応するデジタル・レイバーを作り、社内派遣を行う新たな組織です。それぞれの業務内容に合わせて、少量多品種の作業に対応していくことで人間のロスやミスを解消していくことができるでしょう」

【図-2】対象業務 選定の観点／出典：アビームコンサルティング社



コンタクトセンターと RPA

コンタクトセンターにおける RPA の可能性について伺うと、「コンタクトセンターでも大きな効果は発揮しますが、他の業務と比べるとハードルは高めだと思います。会話そのものを補佐していくには、音声認識やテキストマイニングなども含めた高度な IT 技術や AI などとの連携も必要になります。しかし、導入しやすい部分である前処理や後処理を任せれば、すぐに大きな効果が出ると思います。RPA が、複数の既存システムから顧客情報を自動的に収集したり、入力をサポートすることでより会話に注力できるようになるのではないのでしょうか」

◎ Virtualex Consulting

RPA はあくまで選択肢の一つ

コンサルティング、自社開発の CRM ソフト「inspirX (インスピーリ)」を中心とするテクノロジー、アウトソーシングの 3 つを柱に事業展開するバーチャレクス・コンサルティング株式会社では、コンサルティングの一環として、コンタクトセンターへの RPA ソリューションの導入支援を行っています。そこで、センター業務への RPA 導入について、同社ビジネスインキュベーション&コンサルティング部部長の森田智史氏とコンサルタントの柁津邦賢氏にお話を伺いました。

実際に現場でコンサルティングを行っている柁津氏によると、「コンタクトセンターのニーズとしては、テレコミュニケーターの通常業務も含めた、SV やマネージャーの稼働軽減が求められることが多いですね。

RPA には、エージェント型とバックグラウンド型があります。端末ごとに RPA を導入し、端末上の処理を自動化するのがエージェント型で、RDA (Robotic Desktop Assistant) と呼ばれ

ます。バックグラウンド型はサーバに RPA を導入し、複数処理を集中管理的に自動化するもので、それぞれメリットデメリットがあります。

当社では、3 つの RPA ツールを代理販売し、それぞれの環境に合わせたご提案ができるようになっていますが、一番重要なことは、BPR の一貫として業務プロセスの見直しから行うことです。RPA 導入が目的ではなく、問題点を可視化する中での選択肢の一つとして、RPA の採用が増えているという状況です」

森田氏も、導入時の意識が重要と指摘します。「手段の目的化になっていないかというチェックが、常に必要だと思います。AI や RPA などの新たなテクノロジーが注目される時期には、流行っているからやってみたが、コストを投じた割に、思っていたほどの効果・成果創出に至らない、それでも RPA の可能性を信じ、さらにコストを投じていく、という負の連鎖に陥ることがあります。とりえず導入してみたことで、問題が浮かび上がってくることもありますが、本来の目的は違うはず。コスト削減や売上増加など、具体的な効果を創出しなければなりません。それには、RPA だけにこだわらないコンサルティング力とトータルでのサポート体制が不可欠だと考えています」



バーチャレクス・コンサルティング株式会社
ビジネスインキュベーション&コンサルティング部
部長 森田 智史氏 (写真左)
コンサルタント 柁津 邦賢氏 (写真右)

RPA は新人と同じ

森田氏によると、「ロボットとは人間が行う何らかの作業を学習して代替する機械であり、それをソフトウェアとして再現しているのが RPA だと考えています。

ロボットをある業務に就かせるには、作業を教えなければなりません。さらに、修正や更新が必要になることもあるでしょう。新人教育と同じなのです。きちんと手順やルールを理解させることができれば利用範囲が広がり、定着していくこととなります。RPA は、「教えれば良い感じにやってくれる仲間」なのです。

RPA のレベルとしては、定型業務を行うクラス 1 から始まり、非定型業務のクラス 2、自動化対象のリコメンドまで含めたクラス 3 があります。高度化するほど、複雑な業務にも対応させることが可能です。一方で、現在主流であるクラス 1 の RPA は、ルールが明確な業務でないとも効果を最大限発揮させることはできません。まず現状の業務ルールを明確にすることが RPA 導入のポイントとなります。また、連携するシステムが変われば教育しなければならないことは人と同じです。そういった視点での RPA 導入が、成功につながります」

全社的な取り組みがカギ

中立的な立場として最適なソリューションを提供することが、コンサルタントの役割という森田氏。RPA 導入後のサポート体制の重要性も強調します。「どの RPA がどのシステムにアクセスできるのかといったガバナンスやセキュリティ対策、横展開も含めた業務の選択やユーザー教育などの定着化支援など、幅広いサポートを行っています。しかし最も重要なのは、企業としての取り組み姿勢であり、トップダウンが不可欠だと思います。RPA の旗振り役や専任部署を作るなど、会社としてどう向き合い、どのような権限を与えるのかを明確化することで、効果を最大化することができます。

人とロボットが協業することで、人手不足解消や最適人事が実現します。従業員に遊びや余裕ができて、幅広く能力を発揮できるようになります。また、人間が介在しないことのメリットとしてセキュリティも担保できますし、名簿管理のチェック係など、情報漏洩防止の門番としても活躍します。ルールを明確にして全社的に取り組めば、RPA によって働き方改革とセキュリティ強化を同時に実現することも可能なのです」

今後は、自社のセンター運営経験を活かしたコンタクトセンター向けのオリジナルのメニューを構築していきたいというお

二人。祢津氏は「RPA は基本的に汎用ですが、そこに業界別テンプレートや業務別テンプレートなどを加えることで、よりコンタクトセンターの現場での導入 / 運用に特化したソリューションになると思います」

森田氏も「テレコミュニケーターとチャットボットとの連携なども可能です。例えば、応対中の通話音声を自動的にテキスト化し、CRM の各項目に自動的に入力する。AI による自然言語解析などの技術を用い、自動的に応対内容を要約し、自由記載欄にも入力する。通話完了と共に、応対内容を登録してよいかの確認がポップアップ等でアラート表示される。テレコミュニケーターは、入力された内容を目視・修正したうえで、登録完了ボタンを押下し、次の応対にうつる。後処理ゼロ化のようなことも技術的には十分可能なレベルになりつつあります。そこまで提供するには、汎用的なままでは難しいので、当社独自のノウハウとして提供できる体制を作っていきたいと思っています」



人の判断が介在するロボットとの協働

通話録音や音声分析など、コンタクトセンター向けソリューションを提供しているナイスジャパンでは、現在では RPA と呼ばれている自動化技術を、ロボティックオートメーションとして 2001 年から製品化しています。そこで、第 6 回 CCAJ 会員交流会で、『音素検索の技術を活用した業務改善の可能性』と題して講演いただいたソリューションコンサルタントマネージャーの松田行正氏と、ソリューションコンサルタントの望月智行氏に同社のソリューションを中心にコンタクトセンターにおける RPA の可能性について、お話を伺いました。

望月氏によると、「RPA の導入は完全自動化できるバックオフィスなどの業務が先行しています。コンタクトセンターの場合、CRM など他のソリューションへの投資が優先されるため、コスト面も含めた RPA 導入の優先順位が低い傾向にあるようです。また、顧客との会話はライブなので、個別の応対の自動化をコントロールすることは困難でもあります。しかし、センター全体で捉えると、コンタクトセンターというのは RPA がもっともはまりやすく、活用しやすい分野とも考えられます。

コンタクトセンターは、一定のスキルを持つ人材が複数必要です。100 人、200 人のテレコミュニケーターが同じ対応をしなければならぬという、大きな枠では定型業務と捉えられます。しかし、個別のコールはまちまちで、すべて同じ内容では



ナイスジャパン株式会社
エンタープライズグループ
ソリューションコンサルタントマネージャー
松田 行正 氏 (写真右)
ソリューションコンサルタント
望月 智行 氏 (写真左)

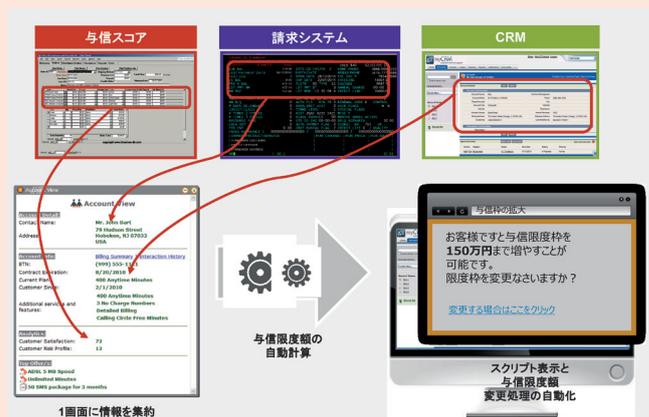
ありません。その上で同じ品質レベルを保たなければならないという特徴があります。そういう環境でのRPAは、スキルの平準化とテレコミュニケーター対応のサポートに利用することで大きな効果を生みます。」

具体的な用途を松田氏に伺うと、「実際に、海外の金融機関で使われている事例ですが、クレジットカードの限度額変更を希望する顧客から入電した際に、3つの基幹システムから関連する情報をロボットが抽出して、それを一つの画面として表示するというものです。以前は、テレコミュニケーター自身が一つずつ顧客情報をピックアップして判断していたものが、既存システムを変更せずに、一目でわかるようになりました。最終判断は人が行うことで、ロボットと人との協業が実現しています」

別のユーザー事例をご紹介いただくと、「デスクトップ上に専用のダッシュボードを作り、そこにロボットの機能を割り振ったアイコンを配置します。FAQを出したり、CRMなどから必要な情報をピックアップしたり、後処理を行う複数のロボットがデスクトップ上で待機しているという状況です。各ロボットの機能選択は、それぞれのテレコミュニケーターのスキルや業務内容に合わせてカスタマイズします。助けて欲しいときや、作業を任せたいときには、テレコミュニケーターが判断して起動します。対応内容にあわせてテレコミュニケーターがトリガーを引くという自動化です。

バックオフィスのようなプロセスの全自動化ではなく、人が判断して個別にスタートさせるロボットであれば、コンタクトセンター業務に合致したRPA導入が可能になります。RPAはルール以外の作業はしませんから、むしろ適用業務を絞ってそれを人が活用していくというRPA導入がコンタクトセンターには向いていると思います。すべて自動化を目指すべきではなく、

【図-3】 デスクトップ支援 (RTPO) 利用イメージ (例：与信枠の拡大)



◎海外の事例

RPA導入以前、クレジットカードの限度額変更を希望する顧客から入電した際のテレコミュニケーターは、「与信スコア」「請求システム」「CRM」の3つのデータベースから顧客に関連する情報を取り出し、それを参照しながら対応していました。導入後は、この3つのデータを自動的にコピー&ペーストして一つにまとめるとともに、それをベースに与信限度額を自動計算する環境が整いました。その結果は具体的な拡大可能枠として表示されるため、テレコミュニケーターはそれを伝えるだけという簡便さが実現しています。

業務やニーズに合致したロボットを適材適所に活用する成功事例が多くなっています。また、テレコミュニケーターに限らず、SVなどすべてのコンタクトセンタースタッフのアシスタントとしてロボット活用を推進していくことも可能です」

RPAの活用で、複雑なプロセスへのハードルが低くなり、パソコン操作が苦手なスタッフやシニア、短期間採用などの場合のスキルの平準化にもつながります。また、既存のシステムが使いつらくでもRPAは苦にしないので、操作の簡便性向上にもなります。結果、ストレスフリーが実現し、テレコミュニケーターは顧客との会話に集中することができて、品質の向上にもつながるということです。莫大なシステム投資よりも手軽で効果が大きい職場改善になるのではないのでしょうか。その他、セルフラーニングのツールとしてRPAを導入している企業もあるとのことで、新人教育の補助としても注目されています。操作の簡素化や教育体制の充実などの一助となり、採用の幅も広がるのが期待されています。

次号では、RPAの導入効果や今後の可能性について、他の会員企業の取り組み事例などを交えてご紹介する予定です。

仙台でコンタクトセンター見学会を開催

～プルデンシャル生命保険・イオンクレジットサービスの2社を見学～

去る2018年3月15日(木)～16日(金)、情報調査委員会ではプルデンシャル生命保険株式会社、イオンクレジットサービス株式会社のご厚意により、仙台でコンタクトセンター見学会を開催しました。10社12名のご参加者は両社のご説明に熱心に耳を傾け、積極的に情報交換されました。また、初日の見学終了後には両社と参加者による懇親会を行い、交流を深めることができました。

○プルデンシャル生命保険株式会社

プルデンシャル生命保険のドライデンスカスタマーセンターは2004年8月に現在の仙台市泉区紫山に拠点を移し、以来同地で営業を行っています。同センターの特徴は、全オペレーターが正社員であること、全件IVRを介さずダイレクトに対応すること、SV職を置かない運営体制などです。

同社ではライフプランナー(営業社員)がお客様の一生のパートナーとなり、最高のサービスを提供することを目指していることから、そのライフプランナーをサポートするために、お客様に寄り添う姿勢や高品質の対応を心がけています。

当日は、同センターの理念やそれを実現するための教育研修、働きやすい環境＝ES向上策、音声認識や文章要約などの取組など、詳細にご説明いただき、センターをはじめ広大な敷地内をご案内いただきました。

《参加者の感想》

- ・理念を大切にしている企業風土や、お客様のみならず社員も大切にしているセンター運営、社員の主体性をうまく引き出して質の高いサービスを維持されていることなど、共感しました。
- ・お客様とライフプランナーの間を担う、一体感のある体制と方針が伝わって来ました。また、音声認識や文章要約といった最新の取り組み状況もご教示いただき、参考になりました。



○イオンクレジットサービス株式会社

イオンクレジットサービスの北日本コールセンターは2006年に開設され、クレジットカードを発行するイオン銀行よりコールセンター業務を受託しているカードコールセンターであり、全国5箇所に展開するコールセンターの1つです。

クレジットカードの特典、登録情報の各種変更、利用代金の入金や利用明細など、多岐に渡るお問い合わせに対し、お客様さま第一の基本方針に則った対応を行うことで、国内2,700万人の会員さまへ生活に密着した金融商品・サービスの提供に努めています。

当日は、主要なKPIのご説明の他、ビジュアルIVR、チャットボットなどの最新のテクノロジーを取り入れたオペレーター支援の紹介などに加え、実際にセンターを見学させていただきました。

《参加者の感想》

- ・システムが高度化する中、ビジュアルIVR・自動音声応答サービス・チャットボット等、しっかりと先進的なソリューションを取り入れられており、さらにAIなども検討されているのが参考になりました。
- ・顧客満足向上のため、VOCがサービス推進部門に連携・集約されており、全社的に取り組まれていることに感心しました。



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!**

CONTACT CENTER



A やる気を持てる目標を設定するためには、双方のコミュニケーションのもと、相手の意見を聞く、相手がそのように考えた根拠をほめたり、アドバイスしたりしながら明確にする、そして目標達成によってもたらされる良い影響を理解し合うようにすることがポイントです。

最初に相手の意見を聞くのは、メンバーの意思確認をするためです。自分がどのようにできそうか、自分に相応しい目標は何かなどの考えを聞き出し、メンバーの意思を尊重します。

次にその目標が適切である根拠を一緒に考えることで、納得感を持たせます。過去の事実を具体的に取り上げてほめ、相手を承認し自信を持つように促し、目標達成できるという気持ち育てます。もしメンバーが不安を感じる点があれば、どのようにすればできるかをアドバイスし、勇気づけ、不安を取り除きます。一般的な言葉ではなく、日々の働きぶりや数値をもとに具体的に話すことが承認と勇気づけ、良い行動の徹底につながります。

最後に、達成イメージを共有化します。例えばチームの一体感、応対への影響など達成によってどのような良いことがあるかがわかると、目標に取り組む励みになります。このように自分が関わって決まった目標は一方的に与えられるより、納得しやる気をもって取り組むことができます。

また、会話を円滑にするため、メンバーと話をする前に、スーパーバイザーは事前準備をしましょう。メンバーの個

Q チームの目標をもとに「やってやろう!」
と思えるメンバー個々の目標を決めるために、どのような点に気をつければよいでしょうか。

回答者 角脇 さつき 氏

株式会社プロフェッショナルアカデミー 代表取締役
CCAJ スクール担当講座
「スーパーバイザーのマネジメント力向上講座
～コールセンターの状況を把握し、
個を活かしながら成果向上を図る～」
「基礎から学ぶ テレフォンスキル講座」
「ロールプレイングで学ぶ
テレフォンスキルブラッシュアップ講座」

性に合わせてどのように話すかはもちろん、各メンバーの能力と経験を踏まえて、あらかじめ個々の目標を頭に描いておきます。新人とベテランが同じ仕事をする場合、応対品質もかかる時間も違います。同じ5年の経験があっても、得意・不得意は異なります。あくまで一人ひとりについて考える必要があるのです。その時、潜在能力ではなく顕在能力で考えることも大切です。「あの人はいつもよくできるから、今回もできるだろう」と推量せず、これまでの応対を振り返ってください。必要であれば、筆記やロールプレイングなど、適切な方法で確認をすると良いでしょう。また、目標に幅をもって考えておけば、一方的な指示ではなく話し合いがしやすくなります。実際に話をしてみてもスーパーバイザーの考える目標とメンバーの意見が大幅に違う場合、なぜ違っているのかを相手の意見を聞きながら理解し、その差を埋めていくように会話を続けましょう。なぜできているのか、なぜあなたに頼みたいのかを、相手が受け入れられるように伝えてください。

準備をしっかりしていればそのような会話も相手に合わせて交わすことができます。メンバー自身が目標設定に関わってもらい、会話の中で自分をわかっている人が一緒に考えてくれたと実感し、目標達成への励みができるように場を作っていきます。

2018 年度の『CCAJ スクール』の新講座

8/2(木)～8/3(金)	トレーナー育成講座	仲江 洋美 氏	日本マンパワー(東京都)
9/20(木)	モニタリングの基礎知識と成果のあがるフィードバックスキル	富澤 美奈子 氏	日本マンパワー(東京都)

各講座の概要・プログラムなどの詳細は、CCAJ スクールホームページまで [CCAJ スクール](#) 検索

協会日誌

◆理事会・委員会活動報告◆

広報委員会

日時：3月9日(金) 場所：協会会議室 出席者：6名

【議題】CCAJ News、会員ニュース、協会 Facebook、CCAJ メールニュース

【討議概要】CCAJ News2018年5月号の特集企画は「コールセンターにおけるRPA活用」に決定した。読者アンケートでは、2018年1～3月号と2018年4月号(カラー化第1号)の2回を実施し、各記事に対する興味やカラー化に対する感想等をヒアリングすることとした。

事業委員会

日時：3月12日(月) 場所：協会会議室 出席者：7名

【議題】CCAJ スタディーツアー(海外視察)、CCAJ ガイドブック、コールセンター基礎講座

【討議概要】海外視察は多業種のセンター見学に加え、ビジネストレンド等を取り入れた内容とし、アメリカまたはヨーロッパを訪問地に企画することを決定した。CCAJ ガイドブックは「AI・RPA」「人材の定着」を取り上げるほか、生活者調査も実施することとした。

情報調査委員会

日時：3月13日(火) 場所：協会会議室 出席者：9名

【議題】テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査、センター見学会、CCAJ メールニュース、新技術の動向に関する情報提供

【討議概要】テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査では、事前に委員から寄せられた、各設問の意図と結果との整合性に関する意見や提案をもとに、設問の見直しや結果の示し方について議論した。新技術の動向についてはAIをテーマに情報共有した。

人材育成委員会

日時：3月19日(月) 場所：協会会議室 出席者：6名

【議題】コールセンター／テレマーケティング用語集、2018年度各事業活動

【討議概要】用語集では他の委員会から指摘のあった用語を再検討し、更新・追加する用語を確定した。これを受けて、Webサイトを更新するとともに会員へ周知する。各事業活動については、2018年度における活動ごとの方針・テーマ・具体的内容等を検討・決定した。

電話勧誘販売などに関する、消費者からの相談などに対応しています。

日本コールセンター協会電話相談室

03-5289-0404 受付時間 10:00～16:00 (土曜・日曜・祝日を除く)

◆事務局だより◆

RPA 導入により作業が効率化され、テレコミュニケーターは顧客対応、SV は運営管理といった本来業務に集中できることで、仕事に対する心理的負荷の軽減効果が大きいと感じました。次号もお楽しみに！

コールセンター基礎講座

センター運営に必須の基礎知識を体系的に分かりやすく解説します。将来の核要員育成プログラムの一環としてご活用ください。

●受講料(税込)

□ CCAJ 会員：1名 4,320円 □ 一般：1名 7,560円

東京

6月26日開催!!

日時：2018年6月26日(火) 13:30～17:40
会場：エッサム神田ホール2号館(東京都千代田区)

【カリキュラム】

「コールセンター基礎知識」

講師：コールセンターコンサルタント/トレーナー 牧野聡氏

「コールセンター運営の課題と最新トレンド」

講師：(株)CCM 総合研究所『コンタクトセンター・マネジメント』編集長 菊池 淳一氏

「知っておきたい コールセンター業務関連ルール」

講師：日本コールセンター協会 事務局 課長 森田 豊

大阪

7月5日開催!!

日時：2018年7月5日(木) 13:10～17:20
会場：新大阪丸ビル新館(大阪市東淀川区)

【カリキュラム】

「コールセンター基礎知識～キーワードから見た変遷とトレンド～」

講師：情報工房(株) ビジネスコンサルティング部門 チーフコンサルタント 田中 一行氏

「3年後のコールセンター予報～成熟時代のコールセンターの役目～」

講師：情報工房(株) 代表取締役社長 宮脇 一氏

「知っておきたい コールセンター業務関連ルール」

講師：日本コールセンター協会 事務局 課長 森田 豊

次号予告

CCAJ News Vol.255 では、特集「コンタクトセンターにおけるRPA活用の方向性②」などを掲載する予定です。

※掲載内容は変更になる場合があります

CCAJ News Vol.254 (2018年5月発行)

発行：一般社団法人日本コールセンター協会

編集発行人：広報委員長 須藤大輔

〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町35 アキヤマビルディング2

TEL：03-5289-8891 FAX：03-5289-8892 URL：http://ccaj.or.jp

(協会のサイトで本誌のバックナンバーをご覧いただけます)