

#### **社団法人日本テレマーケティング協会報**

発行所: 社団法人日本テレマーケティング協会 編集発行人: 広報委員長 山田雅康 〒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://jtasite.or.jp/ 定価: 315円(消費税込) 1年定期購読料: 3,780円(消費税込)

2010-10 VOL. 163

# CRMソリューション大会 関連特別レポート 🦃

### ~音声データの活用~

10月15日、CRMソリューション大会2010が『コンタクトセンターの音声活用/音声応用ソリューション』をテーマに開催されます(詳細は3ページをご覧下さい)。そこでJTA NEWSでも、CRMソリューション大会2010との連動企画として『音声データの活用』に関する取材レポートをお届けします。

お客さまからの直接の声であるVOCをいかに活用していくかは、企業にとって非常に重要な取り組みです。その中でもVOCの入り口であり、VOC活用の最も川上とも言えるコンタクトセンターの取り組みが企業活動に大きな影響を与えることはまちがいありません。

システム的に見ても、さまざまな技術革新によって音声の収集や検索、抽出、分析といった機能は飛躍的に向上しており、多くのセンターがすでに録音装置などのシステム環境は整っていると聞きます。しかし、それらを有効活用しているセンターはまだまだ少ないというのが現状のようです。そこで先進的な取り組みで音声データを活用している企業にお話を伺い、そこから見えるニーズに対してどのようなソリューションがあるのかをレポートしたいと思います。

通話録音データを中心とする音声データの扱いや利用法 について、株式会社ファンケルのコーポレートコミュニケー ション本部顧客視点推進部部長の佐藤由奈さんにお話を伺う ことができました。まず、同社の取り組みについてご紹介しま しょう。

お客さまからのコールはすべて録音されるとともに、通話内容に関してはテレコミュニケーターによって独自の応対履歴管理システムにテキストで入力され、データベース化されま

す。通話録音データは保管されて必要に応じて活用されます。 多くはテレコミュニケーターの評価や教育のために使われますが、経営陣や関連企業に対する企画や報告の中で、あえてお客さまの声を聞かせることもあるとか。「基本はテキスト入力されたデータを分析することで定量化して、それを経営やマーケティングに活用しています。それだけではなく、必要に応じてお客さまの声をそのままお聞かせすることもあって、それでお客さまの気持ちへの理解がより深くなるようです。それだけ、生の声という情報も重要だと思っています」

その他、同社の特徴的な取り組みに定期的なミステリーコールがあります。ユーザーの協力を得て組織化されている『お客さまの目委員会』によって、電話応対の内容に関する細かなチェックが行われています。その際も、通話録音データを活用しているとのこと。「録音データを聞きかえすことで、ミステリーコールでの評価がより明確になりますし、他のスタッフに聞かせることもあります」

その他にも、CS向上への取り組みなど同社ならではのユニークな活動がありますが、それらに対して佐藤さんが強調するのは「あくまでお客さまとテレコミュニケーターとの会話こそがコンタクトセンターの命」であるということです。「効率化も高品質化も、すべてが電話応対そのものを充実させていくことが目標です。私たちファンケルをもっと好きになっていただきた

いという思いを込めて、いろいろなことに取り組んでいます」とのこと。

これから取り組んでいきたい点を伺うと、「テキスト入力の際、入力時間の制限やスキルによって、入力内容にバラつきもみられます。データが不十分ですと、お客さまの声を情報化する際、事象は把握できても、お客さまの気持ちまで把握したものになりにくいこともあります。そのためデータの正確性向上や業務の効率化、テレコミュニケーターの負担軽減などの点からも、いずれは音声認識など入力を補助してくれるシステムも活用できるようになればいいですね」

ファンケルでは、さまざまな独自性や先進性を見せながら、さらなる発展を続けています。

ここで、一般的なコンタクトセンターの基本的な業務を考えてみましょう。お客さまとテレコミュニケーターとの対話をベースに、通話録音データを蓄積する一方で、テレコミュニケーターによって応対履歴ツールへ入力します。それらのデータを活用して企業活動の充実、CS向上、コンタクトセンターの高品質化・効率化を図ること。それがいわば業務の流れの主流であり、今後もそれがベースとなることはまちがいありません。

では今後、もっと音声データを活用したり、スタッフの負担 軽減のためにどのような技術が求められているのでしょうか。

単に録音して蓄積しておくだけでなく、それらを活用できるインフラがまず必要となるでしょう。できれば現場のニーズに合わせた機能を選べるとよりベターでしょう。長塚電話工業所が提供するVCLogは『超現場主義』を標榜する通話録音システムで、専用アプリケーションによる柔軟な検索機能だけでなく、テレコミュニケーターを評価するスコアリング機能や暗号化など、現場では求められていてもこれまでなかった機能を搭載したソリューションとなっています。

また、期待されている技術に音声認識があります。通話を録音しながらそのまま自動でテキスト化できれば、テレコミュニケーターの負担減はもちろんのこと、スキルに頼らない平準化にもつながりますし、その後工程であるテキストマイニングなどにも役立つことはまちがいありません。野村総合研究所では、音声認識技術と言語処理技術を組み合わせることで、単にテキスト化するだけではなく文章の要約やシステムへの入力まで行う、TRUE TELLER VOICEダイジェストというソリューションを提供しています。音声認識でテキスト化されたデータは、既存の応対管理システムに合わせて要約文として振り分けられるため、テレコミュニケーターの入力作業を補助するだけでなく、要約というスキルを平準化することになります。それにより、テレコミュニケーターも応対に注力できるため、効率化や高品質化が見込まれます。

また、すべてをテキスト化するだけでなく、関連するキーワードのみをテキスト化してデータベースの検索キーやインデックスとして活用するソリューションや、通話を音声認識しながら出てきたキーワードに合わせてFAQなどの関連情報を画面に呼び出したり、顧客の動向を判断するなどのソリューションもあります。

その他、長塚電話工業所のVCLogには、音声データそのものを分析する機能もあります。音声の波形から、通話の重複、無音時間、保留回数、後処理時間などを判断することで、音声データそのものをすべて聞き返さなくても、問題となりそうなポイントを見出すことができるようになっています。

テキスト化からデータベース化という主流だけでなく、音声 データをさまざまな切り口から活用することがより重要となっ てくると考えられます。さまざまな技術を組み合わせることで、 通話録音をすべて聞かなくても判断・分析できるようになるた め、管理者の効率化に大いに貢献することが期待できます。

その一方で、技術や環境、コストパフォーマンスなどの点も 含めて新たなソリューションの導入に踏み切れないセンター も多いのではないでしょうか。そんなケースで検討したいのが ASPあるいはSaaS型のサービスです。Webをはじめとして、IT 関連ではかなり大きなウェイトを占めつつあるサービスです が、それがコンタクトセンター向けにも広がっており、その一つ にNTTアイティのVoiceMallがあります。

コンタクトセンターにとって、基本はあくまでテレコミュニケーターの完璧な応対こそが中心であっても、呼量・人員・スキル・時間などの点からすべてを吸収できない場合もあります。そんな時、必要な機能を必要な期間だけ使えるSaaS型のソリューションは魅力でしょう。VoiceMallの特徴はIVRをベースに音声合成・音声認識という先端技術を、自由で手軽に活用できるというもの。IVRによるあふれ呼への対応や音声合成技術でのリアルタイム情報の提供をはじめ、テレコミュニケーターとの応対の後にIVR+音声合成+音声認識でアンケートを行うなど、既存の体制との組み合わせでCS調査やCS向上につなげることも可能です。

これらのソリューションに関しては、CRMソリューション大会 2010でより詳しい内容が発表される予定です。各センターが 目指す目標の実現や、抱えている問題の解決の一助になると 思いますので、ぜひご参加下さい。

《取材協力:取材順》 伊藤忠テクノソリューションズ株式会社 株式会社ファンケル 株式会社長塚電話工業所 NTTアイティ株式会社 株式会社野村総合研究所

### CRMソリューション大会2010

~コンタクトセンターの音声活用/音声応用ソリューション~

会期:2010年10月15日(金) 13:30~16:10

会場:全電通ホール

(東京都千代田区神田駿河台3-6 財全電通労働会館)

定員:180名/参加費無料

※詳細はhttp://www.jtasite.or.jp/event/crm.htmlをご覧下さい。



#### プログラム

#### ●講演「コンタクトセンターに於ける音声応用ソリューションの将来展望」

アドバンス・コンサルティング(株) 代表取締役社長 有山 裕孝氏

#### ●株式会社野村総合研究所

TRUE TELLER VOICEダイジェスト

~コールセンターの音声認識の要約文を自動作成、業務の大幅効率化を実現~

野村総合研究所は、テキストマイニング技術とセマンティック技術を活用した対話要約&モニタリングシステム「TRUE TELLER VOICEダイジェスト Ver1.0」を8月下旬にリリースしました。TRUE TELLER VOICEダイジェストは、コールセンターにおいてオペレータと顧客との電話応対内容を、音声認識システムを用いてテキスト化した後、リアルタイムに要約文を自動的に作成するもの。リアルタイムに自動で要約し、応対管理システムに連携が可能になり、内容が正確かつ、バラツキが少なく、一定の基準に基づいた応対内容の要約が瞬時に作成できます。その結果、アフターフォロー作業の大幅なコスト削減を達成します。さらに、テキストマイニング連携からFAQやトークスクリプト情報をもとに、電話応対品質の全件モニタリングを実施できる機能を搭載し、応対品質の持続的な改善を実現します。

#### ●NTTアイティ株式会社

高機能なSaaS型音声サービス「VoiceMall (ボイスモール)」のご紹介

コンタクトセンター業務においては、PBX/CTIに加えEメール/WEBやCRMなどの活用が定着してきていますが、業務の効率化や生産性向上については依然として大きな課題となっております。NTTアイティではこれらのニーズに応えるべく音声自動応答/音声認識/音声合成技術を駆使し、必要な期間、低コストで短期間に導入できるSaaS型の音声サービス「VoiceMall(ボイスモール)」をご提供しております。今回、最新の適用事例としてコールバック予約やリアルタイム音声情報案内などのパッケージサービスをデモンストレーション交えてご紹介いたします。

#### ●株式会社長塚電話工業所

『超現場主義』をコンセプトにした通話録音システム『VCLOG』とオペレーターの 品質向上を計る音声評価ツール『CPCe』のご紹介

コールセンターにおける通話録音システムは今や標準的なマストアイテムであり、オペレーター教育や運用サポートのみならず、昨今はVOCマーケティングへの活用などその活躍の場を広げ、更なる可能性を秘めたシステムへと進化を遂げようとしています。その反面、付加機能により価格も高騰し、現場導入への敷居も高くなりつつあり、本当に現場にとって使いやすいものとはかけ離れたシステムに成りかねない危うさも秘めていることも事実です。我々は通話録音の原点に立ち返り、数社の導入実績から現場の皆様のご意見を取り入れ、より便利で使い勝手が良いシステムに改良を重ねてまいりました。それら超現場主義をコンセプトとした通話録音システム「VCLOG」と、オペレーターの品質向上を主軸とし、話し方やマナーなど通話品質で音声検索をサポートする音声評価ツール「CPCe」をご紹介いたします。

#### コンプライアンス・エトセトラ



### 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律

(以下、特定電子メール法)

特定電子メール法は、電子メールの利用についての良好な環境の整備を図ることにより、高度情報通信社会の健全な発展に 寄与することを目的として2002年に施行されました。

特定電子メール法では、営利目的の団体や営業を営む場合の個人が、自己又は他人の営業の広告や宣伝の手段として送信をする電子メール(以下、広告宣伝メール)について規制しています。

法律が施行された2002年当時は、メール本文の最前部に事業者および送信者の氏名または名称および受信拒否 (いわゆるオプトアウト) の通知を受けるためのメールアドレスを表示することが定められていました。しかし、オプトアウト方式だと、受信者が受信拒否の通知として電子メールアドレスを通知することが必要であるため、悪質な送信者に通知を行うと、かえって迷惑メールを招いてしまうなどの問題が生じていました。

これを受けて、2008年に同法が改正され、原則として予め同意した者以外に広告宣伝メールを送信することを禁止するオプトイン方式が導入されました。

さらに、オプトイン方式を実効的なものとするため、次のような義務も課されています。

- ①送信に同意した者から広告宣伝メールの受信を拒否する旨の通知を受けた場合は、以後の送信を禁止。
- ②広告宣伝メールを送信する場合は、送信者の氏名・名称や受信を拒否する場合の通知先など、一定の事項を表示。
- ③広告宣伝メールの送信をする場合には、同意があったことを証する記録を保存。

なお、同意なしに送信できる場合 (オプトインの例外) として同法では次のように定めています。

- ①取引関係にある者に送信する場合
- ②名刺などの書面により自己の電子メールアドレスを通知した者に対して送信する場合
- ③自己の電子メールアドレスを通知した者に対して、以下のような広告宣伝メールを送る場合
  - ――同意の確認をするための電子メール
  - ――契約や取引の履行に関する事項を通知する電子メールで、付随的に広告宣伝が行われているもの
  - ――フリーメールサービスを用いた電子メールであって、付随的に広告宣伝が行われているもの
- ④自己の電子メールアドレスをインターネットで公表しているものに送信する場合

ただし、上記①②において送信される電子メールが通信販売などの電子メール広告の場合には、特定商取引法が適用される ため、請求・承諾なしに送信することはできません。また④のケースで自己の電子メールアドレスの公表と併せて、広告宣伝 メールの送信をしないように求める旨が公表されている場合は、同意なく送信することはできません。

特定電子メール法の詳細や概要については、総務省ホームページの「電気通信消費者情報コーナー」を、また特定商取引法の詳細や概要については消費者庁ホームページの「消費生活安心ガイド」をご覧ください。



## スーパーバイザー interview vol.33

今回取材にご協力ただいた株式会社PUCは、自治体向けの独 自システムの開発・運用・保守を行ってきました。その次のス テップとして、コールセンターを中心とする顧客とのコミュニ ケーションに取り組んで、CS向上に尽力しています。



株式会社PUC 水道業務本部受付サービス部 片山 一士さん

ストレス発散の一つが料理という片山さん。「調味料などにこだわるので、スーパーマーケットをはしごすることもあります。それも楽しいですね」。作るのは和食が多いとのこと。「休日は仕事のことは考えないようにしていますが、それには料理は良いですよ」

株式会社PUCの前身は、1966年に発足した(財)公営事業電子計算センターになります。その後、2004年に改組して株式会社として再スタートしますが、財団法人時代から東京都水道局の水道料金徴収システムを中心に、公共性の高い情報処理システムの開発・運用・保守を行ってきました。世界的に見ても第一級である東京都の水道事業におけるIT化およびその運用に40年以上にわたって寄与してきたと言えるでしょう。

そして、ITによる業務効率化の次に求められたのが、水道サービス向上への貢献でした。PUCではそれまで培ってきた業務ノウハウを活用して2005年に東京都水道局お客さまセンターの運営を開始しました。

#### ITからICTへという 時代の流れの中で

今回ご登場いただいた片山一士さんは、同センターのリーダースーパーバイザー(以下、SV)としてテレコミュニケーター(以下、同社の呼称のオペレーター)のとりまとめを行っています。片山さんは、学生アルバイトからオペレーターとして活躍。就職後もインハウスのセンター立ち上げに携わるなど、さまざまな経験を経て2005年に同社に入社しました。SVを経て、2008年からリーダーSV、研修担当チームリーダーを兼任しています。

現在のセンター構成としては、266席のブースに対して約400名のオペレーターが365日24時間で対応しています。オペレーターの中で先輩格にあたるリーダーオペレーターが20名、SVが20名、現場を統括するリーダーSVが8名とのこと。「オペレーターは特にチーム制を敷いていないので、それぞれのSVやリーダーSVがすべてのオペレーターを管理するという体制になっています」とのこと。

「小さな規模のところは、オペレーターに 自分を知ってもらうにしてもそれほど難しく はありません。でも、これだけの規模のセン ターになると、こちらから積極的にアプローチする必要がでてきます。そのため、 お互いを知る時間を大切にしています」

センターの業務内容としては、まず第一に、一般のお客さまとの水道利用に関する 応対があります。契約の申し込みや解除、料金などの事務手続き、水道全般に関する 情報提供などが含まれますが、お客さまとしては家庭の主婦や企業の担当者から、外国人やお年寄り、地方から上京したばかりの学生などあらゆる層が対象となります。

「お問い合わせは転居に伴う契約関係が主ですが、地震などの天災に伴う濁水や断水、水道水の水質成分の問合せといったコールもあります。その他、下水道や、台所、トイレなど水回りのトラブルに関する相談もあります。分野外ではあるのですが、分かる範囲で丁寧に対応するように指導しています」とのこと。

もう一つのコールに、専門業者からのものがあります。水道の工事や施工などの申し込み、水道管の布設状況などの情報提供なども同センターの役割とのこと。つまり、あらゆる都民からのコールに加えて、工事関連の専門的な一次受付も含まれるという、東京都の水道に関するワンストップ窓口といえるでしょう。

#### 常に相手の半歩先を 考えるのがSV

コールに関しては、お客さま、業者と峻別 せず、すべてのオペレーターが対応してい ます。そのため、高い専門性と公共性が求 められます。

「オペレーター教育がとても重要で、入社 時に座学としてまず1ヵ月の研修を行いま す。さらにティーチングを行える先輩オペ レーターやリーダーオペレーターによる OJTを経て、ようやく独り立ちとなります」。 研修に力を入れていることもあり、定着率 は高いそうです。

その一方で、「仕事の性質上、水道局の代表としての対応が求められることもあり、オペレーターとしては一番難しい部分なのかも分かりませんね。でも、クライアントである東京都水道局の職員のみなさんもES向上に協力的で、オペレーターのために差し入れをいただいたりすることもあるんですよ」とのこと。「ただその分、SVに対する要望が厳しくなることもありますが」と笑う片山さんです。

最後にSV職に関する姿勢を伺いました。 「SVというのは、常に半歩先を考える仕事だと思います。お客さまに対しても、クライアントに対しても、オペレーターに対しても、他のSVに対しても。それがSVの役割ですが、そういう考え方はプライベートでも有効だと思います。これからも、相手が求めるであろうことの半歩先に対応していきたいと思います」

企業情報

#### 株式会社PUC

代表取締役社長:鈴木 孝三

本社:東京都新宿区西新宿六丁目5番1号(新宿ア イランドタワー37階)

ホームページ:http://www.puc.co.jp/ 設立:2004年

従業員数:368名(平成22年4月現在)

プロフィール: PUCは、情報処理業界の黎明期からの実績と長年の信頼に定評があります。水道をはじめ社会インフラを支える公共系業務システムの開発・運用に自信があります。さらに、お客さまが理想とするビジネスモデルへ刷新できるシステム提供から事務受託までサポート範囲を拡充しています。プロ集団が、お客さまのお役に立てる「ソリューション」や、まかせて安心できる「アウトソーシング」に努めています。お客さまのご要望や問題解決に合わせ各種必要なサービスをご提供いたします。

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ていきます。 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ください。エントリーをお待ちしています。

## 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

電話がひっきりなしに入るのでヘッドセットを外せず、それが頭痛の原因になっているようです。解消法はありますか?

回答者 (社)日本テレマーケティン協会 事務局

コールセンターで使用されるヘッドセットは、電話機から2m程度のコードがコネクターで繋がっているものが多いはずですが、席を離れる時や姿勢を変え

るのに、ヘッドセットを頭や耳から都度外す動作が見受けられます。しかし通話の度に装着位置が変わることで、相手の声やこちらの声の届き方が一定にならず、却って聴き取りづらいなどのストレスになる場合もあります。

装着ポイントは、受話部分を耳の中心に当て、反対側の頭当 てパット(片耳式の場合)は「こめかみ」ではなく頭の骨でしっ かり保持し、離席の時は中間の分離コネクターを活用して、掛け外し動作を少なくした方が音量や装着の違和感からくるストレスを減らす事に繋がります。もちろん、使用しているヘッドセットと電話システムの適合性もありますので、音量不足、ハウリングやエコーなど不快なノイズがないよう機器側を確認する事も大切です。

今回のご相談は、ヘッドセットの使用に限定されていますが、コールセンターでは、お客様と会話をしながら、パソコン画面を見てキーボードなどを操作する作業も同時に行われていることが一般的だと思います。ヘッドセットの使用だけでなく、パソコン画面を長時間注視したり、常に同じ姿勢でキーボード操作をしたりしていないでしょうか。少し古いデータですが、労働省が1998年に実施した「技術革新と労働に関する実態調査」によると、VDT(Visual Display Terminals)作業を行っている作業者のうち、精神的疲労を感じている方が36.3%、身体的疲労を感じている方が77.6%にも上っているとのことです。

厚生労働省からはパソコン操作などをする方に対して「VDT 作業における労働衛生管理のためのガイドライン」が出されています。このガイドラインでは、「作業時間の管理」「VDT機器等の選定・調整」などが定められています(現在は法律ではなく、企業の努力義務)。

時折、静かな場所で耳や目を休ませ、腕から肩全体を伸ば すストレッチなどのリフレッシュタイムを定期的に取ってみて はいかがでしょうか。

※本稿は、取材に基づき事務局でまとめました。厳密な対処法 については医師等にご相談ください。

### 株式会社ノーリツのコンタクトセンターを見学

情報調査委員会では、7月28日(水)に株式会社ノーリツ東日本修理受付センターの見学会を開催しました。今回の見学会へは、会員企業19社から31名のお申し込みをいただき、8社10名の方が参加しました。

株式会社ノーリツ東日本修理受付センターでは「ワンコール!やさしさ伝わる声・心」をスローガンに、約70名のスタッフが、365日24時間体制で、北海道から関東圏までの東日本エリアの販売店や施工業者、エンドユーザーからの修理や問い合わせなどに対応しています。同センターでは、コミュニケーターの上に、一次対応の品質維持・向上や二次対応、要員管理などを行うスーパーバイザーの他に、テクニカルサポートスタッフを置き、難しいコールや高度な技術的対応にあたっています。

また、独自に「SUBチャンネル」という、お客様からの問い合わせに 迅速に回答するためのソフトを構築し、年間500,000万件を超える コールに対応するコミュニケーターをサポートしています。

今回の見学会では、同センターの体制や教育体系、業務の流れなどの概要の説明や「SUBチャンネル」のデモを行ったあと、実際にセンターを見学させていただきました。その後の質疑応答では、参加者より事前に寄せられたオペレーターの教育などヒューマンリソースに関する質問やセンターの位置づけなどに関する質問などに回答いただいたほか、同センターからの質問に参加者が回答するなど、活発な意見交換が行われました。

見学会終了後には、 見学会でご説明をしてく ださった方を交え、参加 者との懇親会を行い、こ ちらでも積極的な意見 交換が行われました。



見学会に参加された方からは次のような感想をいただいています。 ・勤務体制や、職場環境、特に掲示物の工夫があり、当社でも取り入れたいと思いました。

- ・内部の施策など、現場の実践的な情報をお聞かせいただいた。
- ・パワーポイントで資料を詳細に作成していただきとても有難かったです。
- ・他社の方と懇親の場を設けることができ、普段の悩み等を共有することができた。

情報調査委員会では、今後もセンター見学会を企画して参ります。また、協会主催の見学会を受け入れてくださる会員の皆様がいらっしゃいましたら、協会事務局までご連絡下さいますようお願い申し上げます。

## SV意見交換会 レポート

人材育成委員会では、2010年8月に東京・大阪にて「スーパーバイザーによる意見・情報 交換会(SV意見交換会)」を実施しました。それぞれ7名のスーパーバイザーが参加し、活 発な意見交換が行われました。

#### 《大阪開催》

今年度3回目となる大 阪開催は、2010年8月 19日(木)、新大阪丸ビル 新館で実施。「メール対 応品質の向上」をテーマ



に設定したところ、メール対応専任のスーパーバイザー、電話と 兼任されている方、メール応対の品質を管理されている方など が参加されました。これまでのSV意見交換会は、"コール"(電話 応対)を前提とした情報交換でしたが、今回は初めての"メール"。 メール対応ならではの話題が展開されました。

#### ■メール対応の課題

メールは既に新たなチャネルとは言えないものの、社内体制から外部研修の充実度など、電話と比較すると、まだ整っていないのが実態のようです。メール対応の流れも全てのメールをSVがチェックすることもあれば、難しい問い合わせのみSVが確認、重要度に応じてSVが振り分ける、返信はすべてSSV以上が行うなど各センター様々。そうした中、特にお客様のご意向やニュアンスを読み取る力、担当者間の引継ぎを課題とされる方が多くいました。

#### ■品質向上の工夫

課題解決に向けて、各々、試行錯誤しながら、熱心に教育を実施されていました。「本人の成長を考えると、全てを添削せずに気づいてもらうようにする」、「本人のミスの癖を把握し、徹底指導する」、「過去のメールサンプルを活用して、メールロープレを実施して効果的だった」、「スタッフ同士で送信したメールを確認し、誤りを指摘したり、良い文章を褒めたりすることでモチベーションアップにつなげている」などの工夫をうかがうことができました。

参加者からは、「センターに戻って実践してみたいことがあった。」「研修ではなく、他のセンターの方々と意見交換できたのはとても嬉しい。」といったご意見をいただくことができました。

#### 《東京開催》

東京では、「テレコミュニケーター(TC)のパフォーマンス管理」をテーマに2010年8月25日(木)、当協会事務局で実施。これまでのSV意見交換会はモチベーション、コミュニケーション、フィードバックなど人材に焦点をあてた内容が多かったのですが、今回は初めて"パフォーマンス=KPI・目標数値"について情報交換が行われました。

#### ■重視するKPIと伝え方

今回、参加されたSVの方々は、化粧品・健康食品の通信販売、

金融、IT・映像コンテンツ など業種は異なるものの、 「応答率」、「品質管理(モ



ニタリングスコア)」、「ミス率」、「後処理時間」、「出勤率」の指標は共通して重視していました。一方、「解約防止率」、「回収率」、「アップセリング率」など業種特有の指標も出されました。

目標達成のためには、TCの方々に、いかに認識のズレなく伝えるかが重要。伝達の方法として、朝礼・掲示板・面談など各社共通の一般的な方法の他、SVからの一方向ではなく、TCからの質問も受け付け、そのやり取りを閲覧できるブログ形式の周知板を設けるセンターもありました。また、特に重要な伝達事項については、影響力のあるキーパーソンに伝えることで、周囲への波及効果があったという意見も出されました。

#### ■目標数値達成に向けた工夫

センターでは、正社員・派遣社員・パートアルバイトなど多様な 雇用形態や幅広い年齢層の方々が一緒に働いていることから、 目標に対する各自の意識も異なるため、参加されたSVの皆様も 大変苦労し、試行錯誤されていました。

ミスシートを作成し各自のミスの傾向を把握すること、成績を全て開示することで競争意識を高めること、TC個々人には目標を設定せず、チームとして目標値を定めることで、連帯意識・責任感を醸成するなどの工夫が挙げられました。ただし、目標数値達成の前提として、目標数値を決める理由を"お客様"、"会社"、"ご自身"の視点から分かりやすく説明し、さらには達成することの喜び・楽しみも合わせて伝えることが重要ということが参加された皆様の共通したご意見でした。

意見交換会終了後に行なったアンケートでは、「共通する目標値や課題が多く、他社の方の意見を伺い自部署の活性化に繋がりそうな施策が多かった」など、全参加者から"また参加したい"との評価をいただくことができました。

#### 《SV意見交換会 今後の予定》

日程	場所	テーマ
10月13日(水)	東京	新人の教育
11月17日(水)	東京	新人の教育
12月15日(水)	大阪	モチベーション or 人材管理
12月21日(火)	東京	未定
1月19日(水)	東京	SVの役割・心構え
2月24日(木)	大阪	理想のコールセンター
3月16日(水)	東京	SVの役割・心構え

- ※各回の詳細や参加申込については、随時ご案内いたします。
- ※上記の日程・テーマ等については変更する場合がございます。

## JTA NEWS TOPICS

## JTA NEWS Vol.163 Contents

5
5
3

#### 次号予告

「JTA NEWS」Vol.164では、「テレマーケティング・ガイドブック発行案内」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

#### 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JTAメールニュース」 の配信を行っています。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。

#### VOL.128 (2010年4月15日配信)

#### 配信数:4,103名

【協会からのご案内】

- 1. CRMソリューション大会2010 開催決まる!
- 2. JTAスクール10月~11月開催のご案内

#### 【業界動向·情報】

3. 2009年 情報セキュリティインシデントに関する調 査報告書 ver.1.1

(日本ネットワークセキュリティ協会)

- 4. 平成21年度の消費者相談の概況(経済産業省)
- 5. 労働経済動向調査(厚生労働省)
- 6. 官公需契約の手引(施策の概要-平成22年度版-) (中小企業庁)
- 7. メンタルヘルスに関連した情報 ほか (安全衛生情報センター)
- 8. 職場におけるメンタルヘルス対策検討会の報告書 (厚生労働省)
- 9. 人材派遣データブック2010(人材派遣協会)



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)

#### 協会日誌

#### 8/17 事業委員会

#### ① テレマーケティング・ガイドブック VOL 20

- ・座談会、ガイドブック発行20周年特集企画の内容等を決定した。
- ② JTAコンタクトセンター・セミナー2011
- ・本セミナーに関する課題等に対する改善 策を委員に提案いただき、次回委員会で 討議することとなった。

#### 3 JTAスクール

・新講座に関して、講師候補によるプレゼン テーションを行い、今年度はトライアルと して開催することとなった。

#### 8/25 人材育成委員会

- 1 (コンタクトセンター) 用語の統一
- ・完成イメージ、完成に向けた具体的な手順 等について討議した。

#### 9/1 広報委員会

#### 1 JTA NEWSの発行

・10月号:特集やQ&A、SVインタビューの進

捗状況について報告した。

- ・11月号: テレマーケティング・アウトソーシング企業実態調査のダイジェスト等を掲載することを承認した。
- ② 会員ニュースのホームページ掲載
- ・会員ニュースの8月の掲載状況を報告した。
- ③ 日本流通産業新聞への広告出稿
- ・広告の内容について討議しJTAスクールの 告知等を掲載することを承認した。

#### 9/10 情報調査委員会

- 1 コンタクトセンター見学会
- ・(株)ノーリツのセンター見学会の開催報告 を行った。(6ページ参照)
- 2 JTAメールニュース
- ・VOL.128の情報収集状況を報告した。
- ③ テレマーケティング・アウトソーシング 企業実態調査
- ・テレマーケティング・ガイドブック等で公開するデータを峻別し、各データへのコメントについて討議した。

#### 今秋もコールセンター基礎講座を開催します

当協会では、コールセンター/テレマーケティングの機能・役割、基本用語などの概論に加えて、取材・調査に基づく"コールセンターの実態・トレンド・成功事例"、特定商取引法

や個人情報保護法など"コールセンターに関わるルール"について、体系的に分かりやすく解説する「コールセンター基礎講座」を開催しています。コールセンタースタッフにとって必須の基礎知識。より多くの皆様の受講をお待ちしています。



概要 ※詳細は http://www.jtasite.or.jp/event/callcenter.html でご確認下さい。

- ●日 程:2010年12月1日(水)12:40~17:00
- ●会 場:(株)日本マンパワー 301教室/東京都千代田区神田東松下町47-1
- ●定 員:70名(定員になり次第締め切らせていただきます)
- ●カリキュラム:

『テレマーケティング&コールセンター基礎知識』

講師:第一アドシステム(株)顧問アドバイザー 鈴木 誠 氏

「最低限知っておきたい業界基礎知識やセンターの構成要素や運営のあらましを分かりやすく解説します」

『テレマーケティング&コールセンターの最新トレンドと成功事例』

講師: (株)アイ・エム・プレス 月刊『アイ・エム・プレス』発行人 西村 道子 氏 「コールセンターの最新トレンドと各分野の注目事例(成功事例)を、最新の取材・調査 結果を交えてご紹介します」

『知っておきたい テレマーケティング関連ルール』

講師:(社)日本テレマーケティング協会 事務局 課長 森田 豊

「コールセンタースタッフとして知っておきたい基本的なルールを解説するとともに、協 会への相談事例を交えて解説します」