

会社概要

株式会社プロシード

01

会社概要

会社紹介

株式会社プロシード



東京都中央区八重洲2-2-1
東京ミッドタウン八重洲
八重洲セントラルタワー35階

事業

コンタクトセンターの構築・改善に特化したコンサルティング

特徴

世界レベルの運営品質を実現するためのノウハウを保有
(以下のサービス提供が可能な企業は国内で当社のみ)



体制

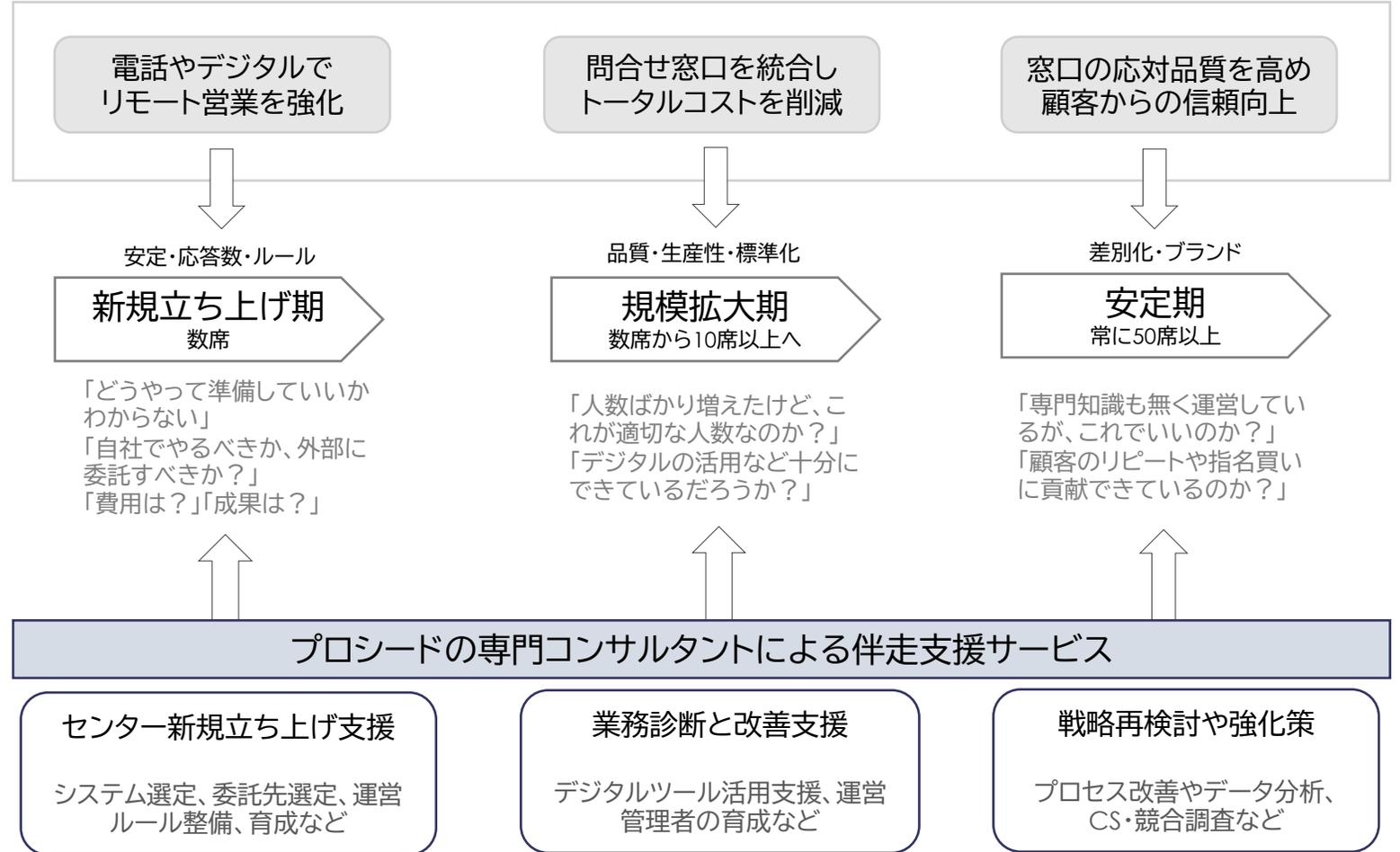
CX(顧客体験)の専門コンサルタント約30名によるプロフェッショナルサービスを提供

サービス

運営診断、マネジメント研修、CXミステリー調査、対応品質支援(電話、チャット)、業務・KPI設計、ナレッジ管理、コンタクトセンターのデジタルシフトやシステムリプレースの検討支援、委託先選定・調達支援など。

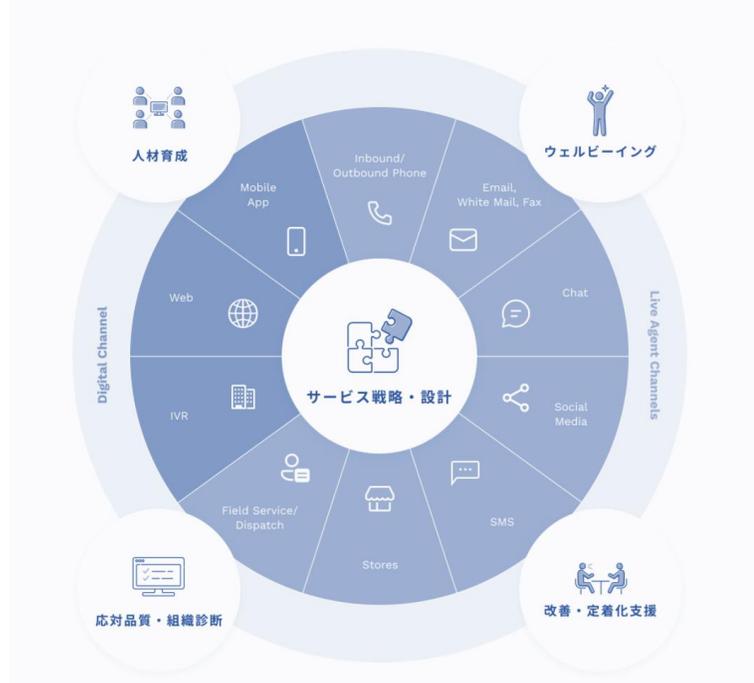
少子高齢化やベテランの定年退職・採用難など、人材確保が困難になる中、営業活動やカスタマーサポートなどの顧客接点業務を維持するために、「コンタクトセンター」の活用が再注目されています

コンタクトセンター(デジタル&有人対応)を活用したビジネスモデルの強化や変革



コンサルティングサービス

常に世界で生み出される新たなデジタルテクノロジーの普及、CXの変化、消費者の力の強まりやニーズの個別化、オムニチャネル化などにより、重視すべきCXのマネジメント領域も進化を続けています。プロシードは顧客体験(CX)の向上を支援する専門コンサルティングとなります



顧客体験(CX)向上に欠かせない戦略～実行支援まですべてをカバー

CX改善のプロフェッショナルコンサルタント

- 刻々と変化する市場環境・事業環境、新しいテクノロジーの活用状況など、最前線で活躍するコンサルタントだからこそ有効なコンサルティングサービスを提供できると考えます。よって、当社では、研修専門講師や診断専門などの職種を設けず、改善支援を行うコンサルタントが研修講師や診断業務を行うことを必須要件としています

国内およびグローバルに対応した豊富なベンチマーク情報

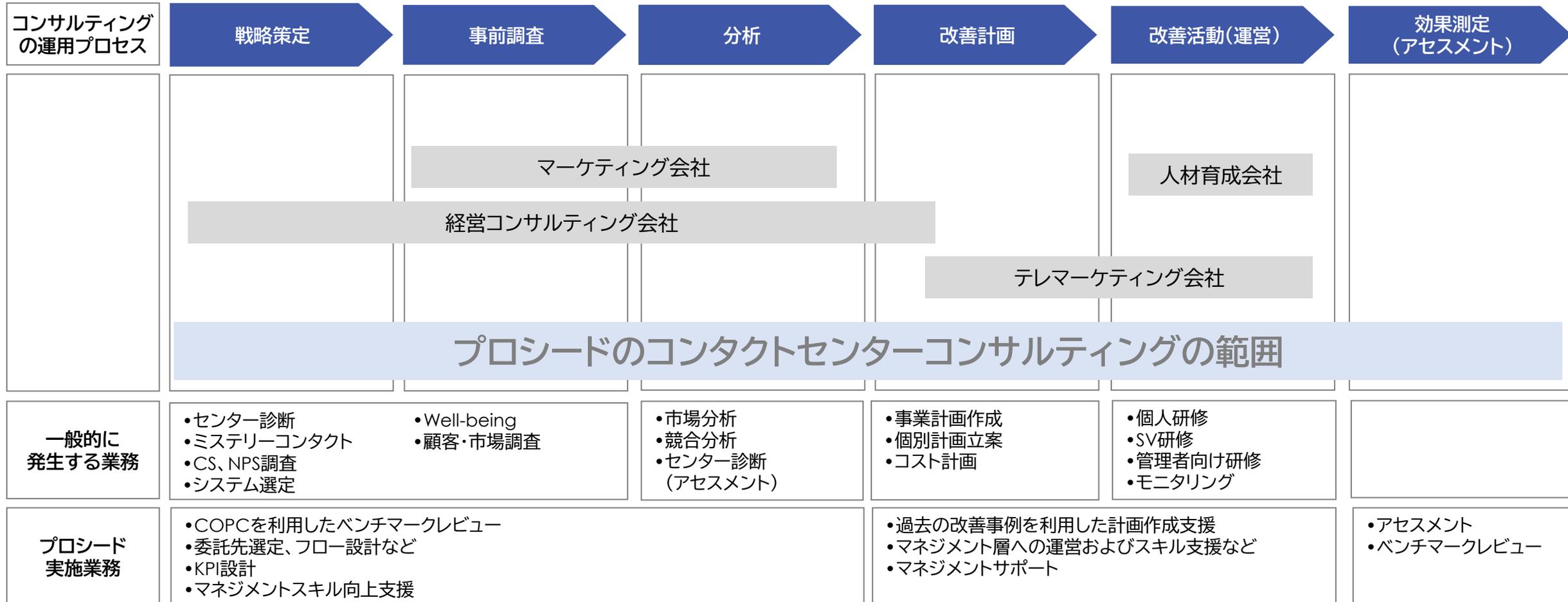
- 世界レベルで常に生み出される新たなデジタルテクノロジーの普及によるCXの変化や、消費者の力の強まりやニーズの個別化、オムニチャネル化、事業環境などによって、重視されるべきマネジメント領域も変化します。COPC社との強力な連携により、企業にとって有益な国内外のベンチマークを提供することが可能です

第三者機関としての客観性・中立性

- 改善コンサルティングに特化しているため、自社商品やサービスを導入することを目的とした診断を行っていません。「自社のサービス品質や運営はどのような状態か？」に対して明確かつ客観的な視点での診断結果を提供できます。複数の利害関係者で構成される企業間・組織間を横断した診断や改善コンサルティングにも強みを発揮します

プロシードのコンサルティング体制

プロシードの実施するコンタクトセンターのコンサルティングは、事前調査から改善活動を実施し、その効果を確認するまでの一貫プロセスが特徴です



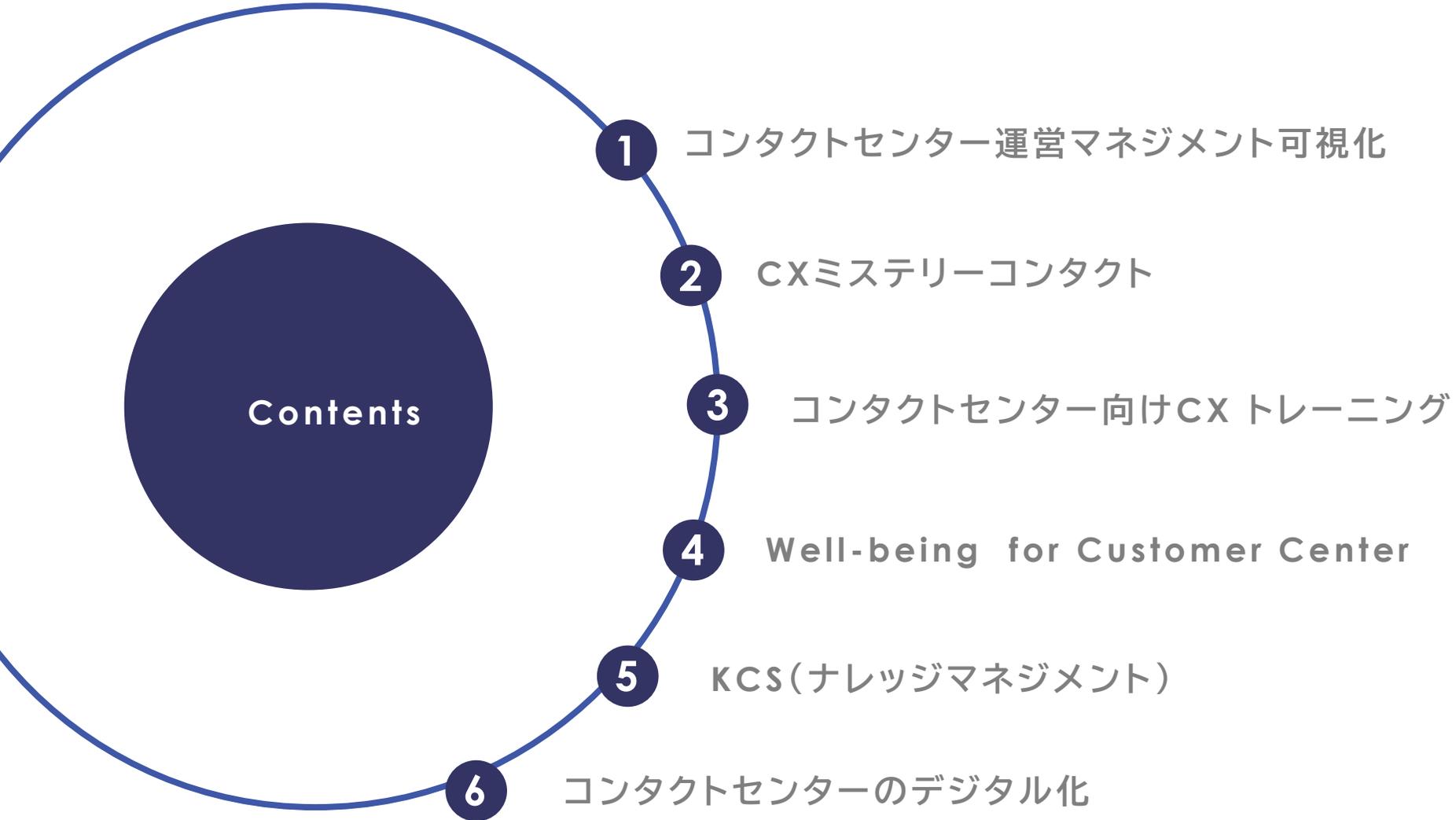
主な実績

支援メニュー	業界	企業／支援組織(カスタマーサービス)の特徴	内容
事業計画・戦略検討 <small>コールセンターを戦略的に活用したい</small>	銀行	大手銀行。リテール向けのインバウンド・アウトバウンドを提供する国内3拠点のコールセンター	デジタルシフトによるコスト削減と顧客体験向上を実現するための構想(中期計画)の策定支援
	飲料	大手飲料メーカー。グループ会社の窓口を担うホールディングスのお客様相談室	VoC収集や社内への改善指示、窓口運営の委託先とのKPIなど社内外から価値を認められるためのアクションプラン検討を支援
新規立ち上げ <small>新規で窓口を設けるので相談にのってほしい</small>	自動車	新規事業会社。自動車のレンタルサービスに関する新規申し込み時の相談や会員からの問合せ窓口	電話システムの選定、業務委託先の選定におけるRFP作成や選定後の人材育成、ルール整備などを支援
	公共	国民全体への郵送等による案内と、各種問合せ、事務手続きの業務	定期的に発生する、コールセンター(督促)と事務センター(パンチ入力)を委託する民間企業を選定するための評価支援
運営管理・改善 <small>運営の課題解決を専門家に手伝ってもらいたい</small>	銀行・カード	大手金融グループ。銀行、クレジットカード、信託などを提供する国内9拠点のコールセンター	グループ内に点在するコールセンターのデジタルシフトを実現するプロジェクトにおいて、KPIやCS調査等の実施設計を支援
	通信	大手通信。通信にかかわる新規申込み、引っ越し等の手続きに関する窓口として、約30拠点に点在するコールセンター	事業目標に貢献する各種活動のレベルを設計し、年1回の定期調査で各センターのレベル判定と改善アドバイスを実施
CXミステリー調査 <small>お客様視点で提供サービスの課題を発見してほしい</small>	ガス	大手ガス会社。引っ越し手続きや、料金相談などについて、Webやコールセンターで対応する機能を持つ	引っ越しや料金相談の対応フローについて、顧客視点で調査を行い、不便な点や競合他社との比較結果をレポート
	旅行	大手のECビジネス。ホテル・旅行の予約サイトおよびカスタマーサポートのセンター	競合4社の違いを、Web構造と問合せ窓口の両面で定量・定性比較し、優先して改善すべき領域をレポート
対応品質評価・改善 <small>自社の顧客対応のレベルを高めたい</small>	保険	大手生保。国内約10拠点で運営させるセンターで申込から相談まで様々な問い合わせを受けるコールセンター	音声データを預かり、定期的に個人評価を行い、レポートを提出する
	カード	大手消費者金融。新規申し込み、利用額変更、延滞督促にかかわる電話、チャット、Webの受付窓口	コンタクトセンターに應對評価専門スタッフが数名常駐し音声評価と管理者へのフィードバックを実施
人材育成・伴走支援 <small>運営スタッフへの教育やアドバイスを依頼したい</small>	印刷	印刷・郵送・デジタルを活用した各種キャンペーンなど、クライアント企業から委託されている200以上の事務局窓口	運営管理者のポジション別研修プログラムを作成し、座学・OJTを年間計画に基づき実施
	ゲーム	大手ゲーム会社から受託しているストリーミングサービスの問合せ窓口	受託運営を行ううえで、管理者がコールセンターマネジメント知識を有しないため、そのトレーニングを実施

02

コンサルティングサービスメニュー

コンサルティングコンテンツ



戦略・事業計画の推進

センター運営

顧客体験

人材育成

従業員

ナレッジ

システム

1 コンタクトセンター運営マネジメント可視化

センター運営

COPC Baseline Assessmentを活用するセンターの目的

- ✓ 他社やベンチマークと比較し、自社のポジションを客観的に把握しておきたい
- ✓ 様々な課題が溢れているので、体系的フレームワークい当てはめて整理したい
- ✓ 事業計画を成功に導くために、パフォーマンス状態や施策の有効性を専門家に見てもらいたい



COPC Baseline Assessment

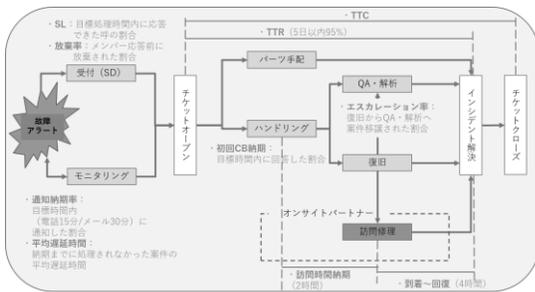
COPCのフレームワークを活用した現状のセンター運営の評価により、業界標準(グローバル)とのギャップを明らかにします。

Step1. エグゼクティブインタビュー

戦略・ゴールイメージ・本活動への期待
 中期計画・事業計画・主要KPI・体制等
 →スコープ定義、カスタマーサクセスの定義

Step2. 業務プロセス/前提条件等の理解

体制役割や業務内容、利用システムの理解

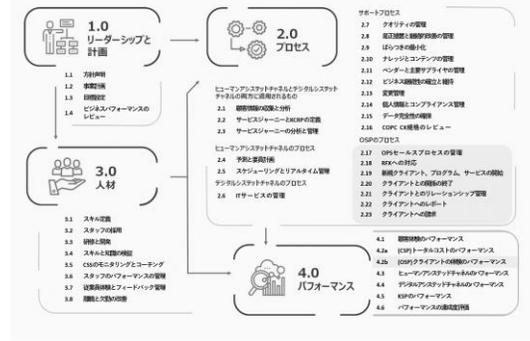


Step3. アセスメント準備

センターメンバーへの事前アンケート、アセスメントアジェンダ、データ・資料リクエストなど

Step4. アセスメントの実行

担当者へのヒアリング、業務モニタリング、データ分析など



Step5. アセスメント結果の報告

報告書および報告会

カテゴリ	項目	スコア	アプロード	達成率 (%)	目標 (%)	現状 (%)
1.0 リダーシップと計画	1.1 方針明確	100	100%	100%	100%	100%
	1.2 目標設定	100	100%	100%	100%	100%
	1.3 戦略的視座	100	100%	100%	100%	100%
	1.4 ビジネスフォーラムのレビュー	100	100%	100%	100%	100%
2.0 プロセス	2.1 顧客旅程の視座と分析	80	75%	50%	50%	40%
	2.2 サービスジャーourneyの視座	100	100%	100%	100%	100%
	2.3 サービスジャーourneyの視座	100	100%	100%	100%	100%
	2.4 サービスジャーourneyの視座	100	100%	100%	100%	100%
	2.5 サービスジャーourneyの視座	90	75%	50%	50%	30%
	2.6 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.7 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.8 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.9 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.10 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.11 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.12 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.13 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.14 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.15 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.16 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.17 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.18 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.19 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	2.20 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
3.0 人材	3.1 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.2 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.3 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.4 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.5 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.6 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.7 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.8 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.9 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	3.10 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
4.0 パフォーマンス	4.1 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	4.2 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	4.3 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	4.4 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	4.5 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%
	4.6 サービスジャーourneyの視座	80	75%	50%	50%	20%

スコアリング結果の根拠

課題: 運営コストが適正が見えない
 委託先のコストが適正かどうか悩んでいる
 効率的KPIを複数の視点から可視化
 中期的な視点での改善策
 優先すべき改善領域
 顧客満足度を高めたい
 顧客体験とセンターの役割
 可視化すべきKPIとマネジメントすべき領域
 現在の取り組みの有効性

コンタクトセンター運営をグローバル水準と比較

COPC基準と比較し、センター運営全体の強み・課題を可視化します

COPC認証合格基準との比較

ZZ社 Today

1148点 / 3000点

カテゴリ	スコア
1.0 方針・計画	150/300
2.0 プロセス	412/800
3.0 人材	246/500
4.0 パフォーマンス	340/1400

※適用外の項目については100%の加点となる。
カテゴリ4.0は340点中280点が自動加算されている。

COPC認証合格ライン

2900点以上 / 3000点

<認証取得の条件>

- スコアリング評点が2900点以上であること。
- カテゴリ1.0～4.0のアプローチが全て適合であること。
※減点が許されるのは、「運用」と「パフォーマンス」

CERTIFIED COPC

COPC評価ツール(詳細の適合性)

スコアの詳細は「COPC評価ツール」に記載されます

- 本報告書とは別にExcelシートで提供されます
- 不適合項目(ATAC)の是正進捗と認証基準との対比を確認できます

ATAC : Action To Achieve Compliance (認証取得のために必要な是正) = 不適合項目
ARTMC : Actions Required To Maintain Compliance (適合を維持するために注意が必要)

※COPC評価ツールからの抜粋

3.3 研修と開発	得点%		25%	25%
	アプローチ	運用		
要求事項	25%	100%	物的証拠	ATAC & ARTMC
3.3.1 ミニマムスキルの研修	適合 (ARTMC)		<ul style="list-style-type: none"> CO: 3~4か月の研修を経てデビューする。デビューしてから1年間で配属後研修を受けフルスキルになる。配属後研修は受電の各層に実施され、1か月に2項目を研修する。 ASD: 半年の研修を経てデビューする。配属後研修はない。 ITHD: 実証研修を実施する。 ALO: 1か月の研修を経てデビューする。その後、3か月ごとにスキルを追加する。 SV: 各派遣会社にて研修を一任している。 	ARTMC ・検査したミニマムスキル(3.1.1)と対比し、それを備えるための研修になっていることを確認すること。
3.3.2.A 形式または方法論	不適合		<ul style="list-style-type: none"> SPは、座席、ローションの付などが定められている。 SVやLSVとしての業務を遂行するための具体的なカリキュラムはアプローチになっていない(趣々のベンダーやSVによる方法や考えは存在している) 	ATAC ・SP以外のポジションにおいても、研修の形式や方法論などを、研修に定めること。

特徴②

パフォーマンスデータを様々な角度から分析し対策を提示

パフォーマンスデータから課題の根本を探し出す効果的な対策を提案します

AA社 Today 放棄されない（応答率目標を達成するための）秒数とは

① 応答率

- 30秒以内応答のSL目標とすると、応答率90%以上を実現できる確度は低くなる

サービスレベル (SL=30s) vs. 応答率
2018年4月実績

$y = 1.1943x - 0.0001$
 $R^2 = 0.72$

30秒以内SL (R2=0.71) SL (R2=0.93) より、

AA社 Today 連続再コールの影響と効果予測

① 応答率

- 2018年4月の「放棄までの時間」の実績から、同日内に同番号が連続したもののうち、2回目以降の入電割合再コールの削減による着信呼数の削減（約15%）

インフラ	2018/4/20 (金)	15:15:52	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:16:25	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:19:34	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:19:45	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:20:10	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:20:00	706
インフラ	2018/4/21 (土)	15:23:00	706
インフラ	2018/4/21 (土)	15:23:16	706
インフラ	2018/4/21 (土)	16:09:36	706

AA社 Today 放棄までの秒数分析

① 応答率

放棄呼の時間分布
2018年4月実績 / N=644件
時間外、富島転送、0120を除く

多くの放棄は短い時間で発生している

- 約31%が、10秒以内に放棄されている
- 約52%が、20秒以内に放棄されている

AA社 Today 連続再コールの影響と効果予測

① 応答率

- 2018年4月の「放棄までの時間」の実績から、同日内に同番号が連続したもののうち、2回目以降の入電割合再コールの削減による着信呼数の削減（約15%）

インフラ	2018/4/20 (金)	15:15:52	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:16:25	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:19:34	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:19:45	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:20:00	706
インフラ	2018/4/20 (金)	15:20:10	706
インフラ	2018/4/21 (土)	15:23:00	706
インフラ	2018/4/21 (土)	15:23:16	706
インフラ	2018/4/21 (土)	16:09:36	706

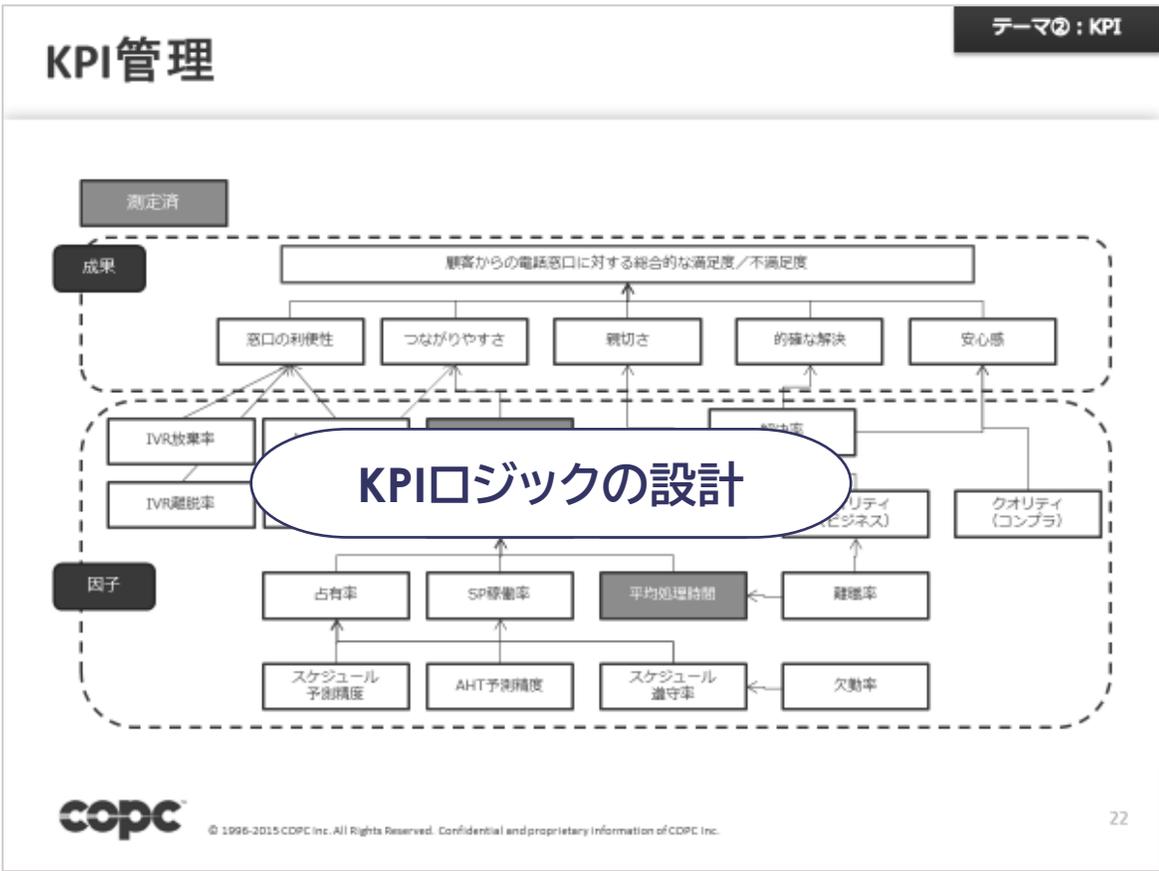
放棄	●●● 統合	インフラ
総放棄数	816件	644件
再入電放棄数	117件	96件
繰返し放棄率	14.3%	14.9%

総放棄呼に絡める、繰返し入電の放棄の割合は大きい

特徴④

パフォーマンスマネジメントに欠かせないKPIの設計と定義の提示

COPCのガイドに基づき不足するKPIの洗い出しと定義



コスト適正化のための正しい稼働率の算出

- 現在の稼働率指標は、ステータス管理のルールを厳密に定義していない中で計算されている
- COPCでは、効率性という観点から給与支払い対象時間に対する生産時間で稼働率を算出している

<COPCの稼働率の考え方>

①給与支払対象時間		無給時間	指標	ベンチマーク
②生産時間		③非生産時間	COM稼働率 ②÷①	給与支払い対象時間のうち、生産時間に携わった時間の割合
④直接的な顧客対応	⑤前後処理・事務	⑥待機や隙間時間	上向き	生産時間のうち実際に顧客対応に
		⑦教育・会議等		
		⑧...		
		⑨...		

正確な稼働率の算出

単位面積を減らして生産活動時間の生産性を高くする (平均処理時間)

KPI定義

無駄な隙間を減らし生産活動時間を (占有率で管理)

45150件のうち36047件 (約80%) を応答している38名のコミュニケーター

COPC ベンチマーク 稼働率: 86% ※国内では多くの組織で90%以上

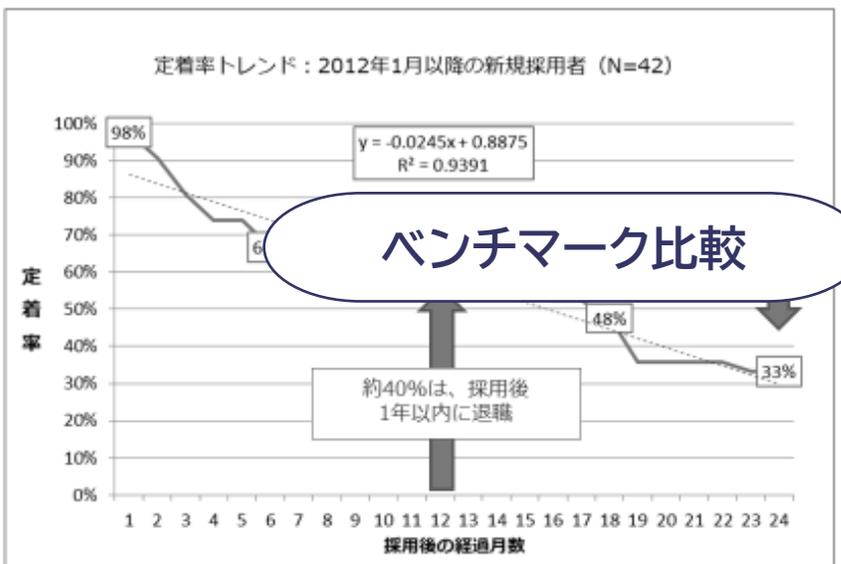
© 1996-2015 COPC Inc. All Rights Reserved. Confidential and proprietary information of COPC Inc. 37

ベンチマークデータや事例を活用した他センターとの比較

KPIとベンチマーク比較、分析例の提示

新規採用者の定着率

- 採用したコミュニケーターのうち、約40%が1年以内に退職している（過去3年間で採用した42名のうち在籍しているのは13名）
 - 2012年1月以降の採用者に対し、採用月を1ヵ月目として計算。退職によって在籍数は減っていく（在籍率は下がっていく）
- 6ヵ月以内（研修受講中および、その直後）に発生する傾向が見えるものの、その後の離職も続いている



COPCベンチマーク
(国内)

6ヵ月在籍率
100名以上の派遣社員

最大：90%以上
平均：70%~75%
最低：50%未満

ベンチマークと比較して遜色ないレベルだが、研修期間が長いことを考慮すると、平均より上回るレベルは期待したい

研修コストの損失インパクト

- 応答のパフォーマンスが悪いセンターでは、新人の定着が悪い傾向がある
- これは、ぎりぎりのスタッフィングを行うことによる繁忙（疲労）、そして、管理者による十分なケアやコミュニケーター間でのコミュニケーションが不十分なことが多いと推測している
- コスト削減を進めているつもりが、見えないところでキャッシュアウトの損失を出し続けている可能性がある

■育成費用

オペレータ時給	A	2000 円
給与時間/日	B	7.5 時間
勤務月数/月	C	20 日
支払額	D = A × B × C	
研修月数	E	
育成費用/人	F = D × E	

※左表は新規採用の失敗損失に関する簡易的なシミュレーション

左表より低くなる要素

離れている費用

要素

- 一方を越えても一人前になれない
- トレーナー、フォローのSVやベテランの時間
- 採用に関わる一連のコスト

過去3年の実績では、新規採用による損失は年間平均で1000万円以上と推測する。これは、一過性ではなく、体制増に伴い大きくなるものである

分析事例

■過去3年実績

採用数	G	42 人
研修費用	H = G × F	50,400,000 円
退職者数	I	29 人
育成費損失	J = I × F	34,800,000 円
年間平均損失		11,600,000 円

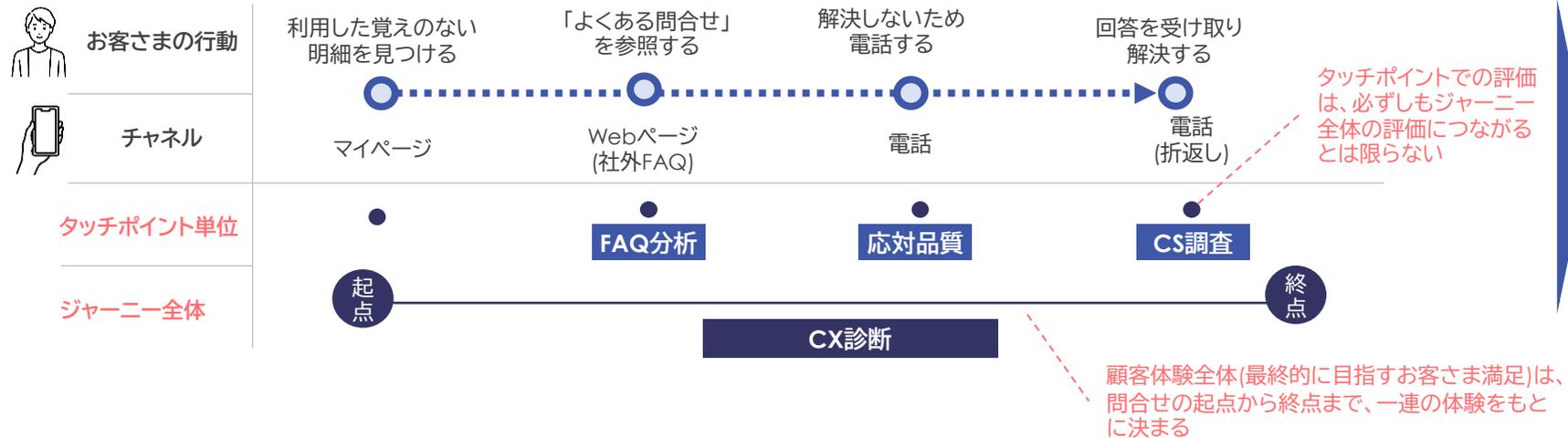
2 CXミステリーコンタクト

CXミステリーコンタクトとは？

- ✓ チャンネル毎「FAQ分析」「応対品質」「CS調査」の詳細な評価・分析・改善の支援とは別に行う、顧客視点での起点から終点の全体評価
- ✓ 自社で組織横断での評価・改善が難しい場合、客観的かつ専門的立場で、改善のファシリテート(CX推進組織がある場合はチームアップ)
- ✓ NPS/CES調査の新規設計(再定義)、実施と、センターの改善活動の整合性確保
- ✓ 競合他社の評価実施により、業界内のCXにおける現在地確認、事例収集、ベンチマークレビュー

お客さまのジャーニーと調査の位置づけ

問合せの例) 利用料金明細に利用した覚えのない請求がある



CXミステリーコンタクトで得られるもの

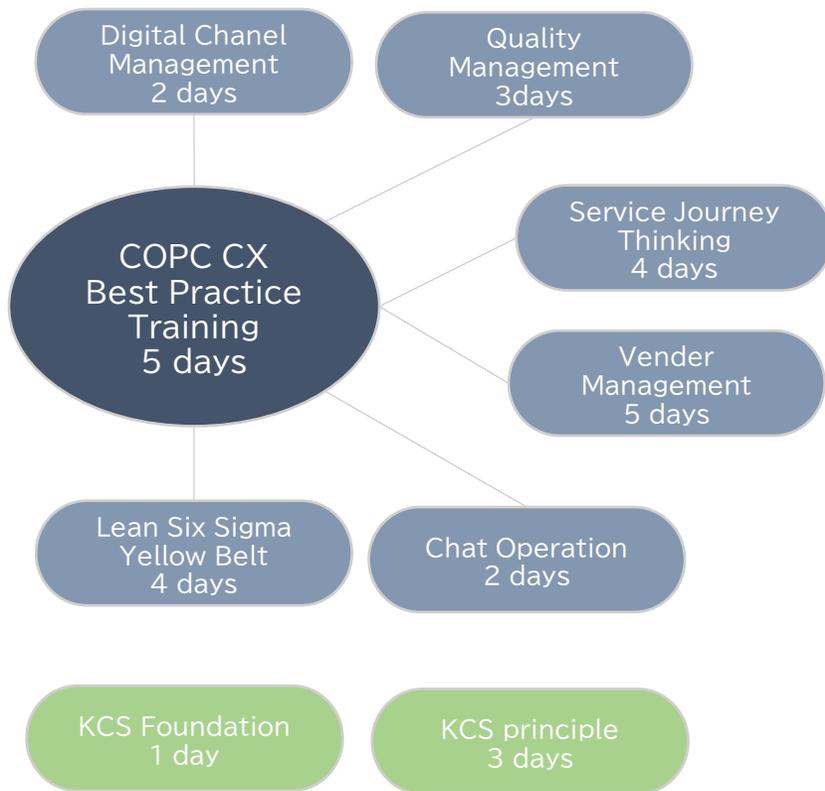
顧客心理		
関心事	訴求点	不理解・不納得
先入観	疑問・不安	誤認
UI・サイト課題		
導線不足	強調不足	画面操作性
文章可読性	入力・選択	反応不足

3 コンタクトセンター向けCXトレーニング

プロシードのCXトレーニングの特徴

3

国内外の認定コース(資格取得可)やナレッジを提供



様々なニーズに応じてカスタマイズも可能

主な対象	カスタマイズ例	期間
CX改善組織	カスタマージャーニー研修	2日間
発注組織	ベンダーマネジメント研修	2日間
センター管理者	マネジメント層 意識変容	2日間~1ヶ月
センター管理者	データ分析力 実践研修	3日間
センター管理者	センター管理PowerPoint活用塾	2日間
経営層・企画部門	COPCエッセンス研修	半日
レポート担当	KPI設計・活用研修	2日間
レポート担当	センター管理Excel活用塾	3日~6日間
SV	SV研修(基礎、中級・実践)	半日x複数回
コン検	SV試験対策講座(コン検)	半日x3回
コン検	プロ試験対策講座(コン検)	半日x2回
品質担当	コーチング基礎・実践	2日間+実践フォロー
品質担当	CX品質へのアップグレード研修	2日間+実践フォロー

4 Well-being for Customer Center

従業員

日本で最も幸福度の高いWell-beingなカスタマーセンターを決めるアワードとして2021年より開催しております。カスタマーサービスは、顧客に寄り添うことで顧客の感情へ共感し、「嬉しい」や「安心」の体験を提供する役割を担います。その役割を担うためには、オペレーターやスーパーバイザーなどが心身共に健康でイキイキと活躍できる状態が欠かせません



2023年度は合計139センター、11,434名の皆さまにご参加頂きました

大規模センター部門

【最優秀賞】

- 株式会社ディー・エヌ・エー DeNAカスタマーサポートセンター
- Teleperformance Japan
- 日本コンセントリクス株式会社 札幌オペレーションズ (Japan Concentrix KK Sapporo operations)

【優秀賞】

- SMBC日興証券株式会社 フロントサービスセンター
- キヤノンカスタマーサポート株式会社
- 大同生命保険株式会社 カスタマーサービスセンター
- 日本コンセントリクス株式会社 福岡オペレーションズ (Japan Concentrix KK Fukuoka operations)

中・小規模センター部門

【最優秀賞】

- SBI生命保険株式会社 お客様コンタクトセンター
- 株式会社MTG CS部
- 富士通コミュニケーションサービス株式会社 お客様総合センター

【優秀賞】

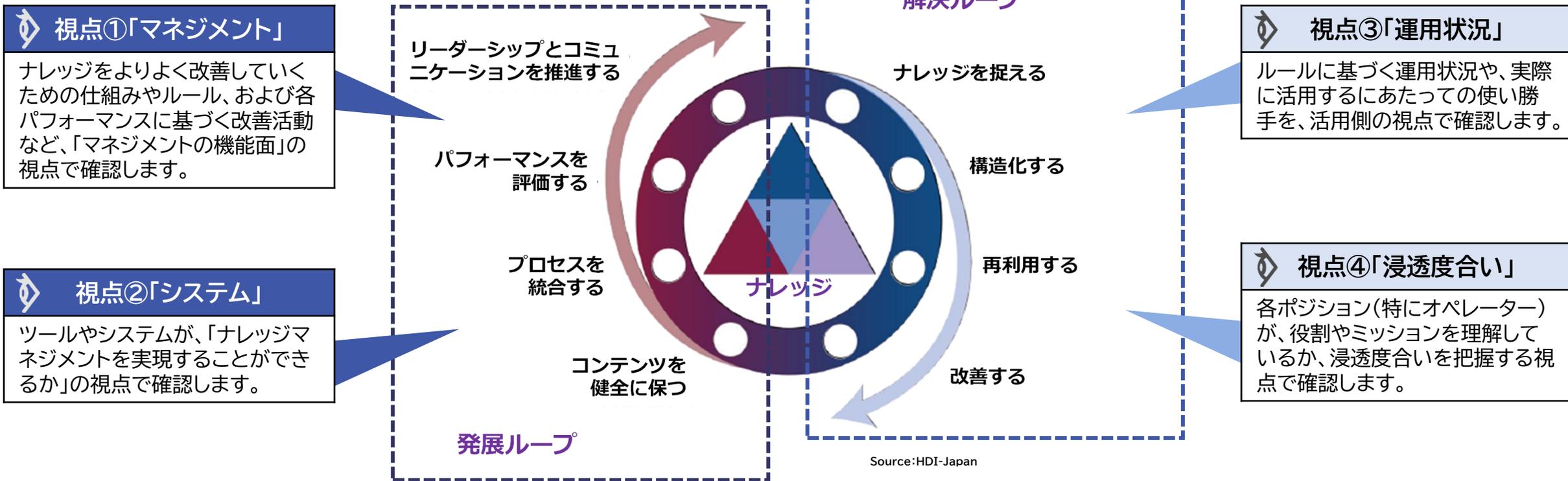
- 株式会社AIサポート コンタクトセンター事業本部
- 株式会社ジャルカード コンタクトセンター
- 株式会社TMJ GM本部グローバルアカウント3センター
- 三井住友トラスト・パナソニックファイナンス株式会社

5 KCS(ナレッジマネジメント)

ナレッジ

プロシードではナレッジマネジメントの国際標準フレームワーク「KCS」についてHDI-Japan社とトレーニング契約を結び、ナレッジを捉え・構造化し・再利用しながら・改善する手法論を学ぶ研修を提供しております。ナレッジマネジメント手法「KCS」をベースに、ナレッジの状況を調査し、改善の方向性を洗い出します。対象となるナレッジは、「オペレーターが対応中に用いるナレッジ」「チャットボット」「よくある質問ページ」です。また、生成AIの登場などによる急速なデジタル化の動きに合わせて、KCSの導入支援から、ナレッジマネジメントの診断も提供しております

□ 「KCSダブルループプロセス」とアセスメントの4つの視点



KCSアセスメントは弊社独自のノウハウによるものとなります

6 デジタルコンタクトセンター進化へのロードマップ伴走支援

プロシードではコンタクトセンターのデジタル対応においてロードマップ作成の伴走支援をおこなっております。システム導入を成功させるための事前のマネジメント体制整備やROIのシュミレーションなど広域にカバーしております。なお、導入するシステムに知見や相談先がない場合においては、複数のパートナー企業からクライアント様の課題感に合わせて最適なソリューションをご紹介します

Step1: 目指す姿と現状のギャップ

コミュニケーションデザイン診断

優先すべきペインの理解と、目指す姿(ToBe)への理解や合意

Step2: 定量効果の算出

ROIシュミレーション

デジタルシフトや生産性UPによって期待できるコスト削減効果

システム/実行体制

効果創出するための投資と経費

Step3: 計画策定・承認

- 外部体制調達
- プロジェクト計画
- 計画・予算の承認

Step4: デジタル対応へのリノベーション

3カ年プロジェクト

1年目

全体設計および優先すべきペインへの対応

2年目

活用と成果の創出、運用設計とマネジメントの効率化

3年目

内製化促進と外部リソース活用の切り分け

段階的な移行

CXトップガンチームによって、次世代型センターと現状のセンターで明らかになっているギャップ(システム・体制)を埋める

オムニチャネル対応センター

内製化できるようスキルトランスファー(運用引継ぎ)を順次行う

コンタクトセンター/コールセンター

企業視点・電話中心

顧客視点・オムニチャネル



ご支援・成功事例などについては
弊社までお問い合わせください。

