

会社概要

Funai Consulting Co., Ltd. Proceed Division Company Overview

株式会社船井総合研究所
エンタープライズ支援本部 プロシード事業部


Agenda

1. 会社概要
2. コンサルティングサービス
3. 研修紹介
4. ご支援事例

船井総研グループのご紹介

- 船井総研グループの企業プロフィールは以下の通りです
- 日本最大級の独立系コンサルティングファームとして、150超の業種への経営コンサルティング事業を展開しています

船井総研HD 会社概要

社名	株式会社船井総合研究所	
代表者	代表取締役社長 社長執行役員 真貝 大介	
創業	1970年3月6日(現、船井総研ホールディングス) 設立:2013年11月28日(2014年7月に持株会社体制に移行)	
事業内容	経営コンサルティング業	
従業員数	船井総合研究所 従業員数 :1,276名(2024年4月1日時点) 船井総合研究所コンサルタント数:950名以上(2024年4月1日時点) グループ全体従業員数 :1,535名(2024年12月末時点)	
主要株主	株式会社船井総合研究所ホールディングス(100.0%) ※株式公開種別 東京証券取引所 プライム市場	

グループ会社情報

船井(上海)商務信息咨询有限公司	経営コンサルティング事業(中国)
株式会社船井総研あがたFAS	ファイナンシャルアドバイザー事業
アルマ・クリエイション株式会社	マーケティング事業
株式会社MIコンサルティング	ファイナンシャルアドバイザー事業
Funai Consulting India Private Limited	経営コンサルティング事業
株式会社船井総研サプライチェーンコンサルティング	サプライチェーンコンサルティング事業
株式会社ロジクリエイト	ロジスティクスソリューション事業]
株式会社船井総研ヒューマンキャピタルコンサルティング	人的資本経営コンサルティング事業
株式会社アパレルウェブ	デジタルマーケティング事業

コンサルティングサービスの特徴

国内最大級の豊富なコンサルティング実績

中小・大手問わず、業種・業態別に年間経営支援6,070社以上(2023年実績)、研究会(勉強会)会員6,775名と国内最大級のコンサルティング実績を誇る

国内最大級のコンサルタント数

業種・業態・テーマに特化し、高い専門性を有するコンサルタントを約950名抱えており、国内のコンサルティング会社では最大級の規模を誇る

結果にこだわる現場実践型のコンサルティングスタイル

即効性が高く、現場レベルで活用できる業績向上のノウハウを多数有している
クライアントの課題に対し、戦略策定の提案を行うだけでなく、現場に浸透・推進することを重視している

プロシード事業部のご紹介

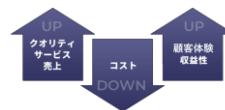
- プロシード事業は30年以上にわたりコンタクトセンター業界に特化したコンサルティングを行っています
- グローバルの優れた手法を活用し、事業戦略から運営改善まで幅広い領域のご支援が可能です

プロシード事業

部署名	エンタープライズ支援本部 プロシード事業部
創業	1991年6月24日 ※2026年1月より株式会社プロシードは株式会社船井総合研究所へ組織変更
事業内容	コンタクトセンターコンサルティング
Mission	理想のコンタクトセンターデザインで、企業価値を高める
主な支援内容	✓ COPC規格認証審査
	✓ コンタクトセンターアセスメント
	✓ マネジメント改善支援
	✓ コンタクトセンター向け各種研修
	✓ コンタクトセンターBPO事業

コンサルティングサービスの特徴

グローバルの優れた手法(COPC)とは



- ✓ COPCとはコンタクトセンター運営におけるサービス
- ✓ 品質を上げ、コストを低下させ、顧客満足度と収益性を同時に向上させるマネジメントモデルのこと
- ✓ 現在、世界70か国で利用されており、日本では船井総合研究所プロシード事業部が唯一の代理店として、認証・コンサルティングができる

その他取り扱う国際規格



KCS
ナレッジ活用

ICXI
マネジメント
スタンダード

IEHWS
従業員幸福度

書籍紹介

運営責任者必読、CX改善の完全ガイド
「コンタクトセンターデザイン戦略」

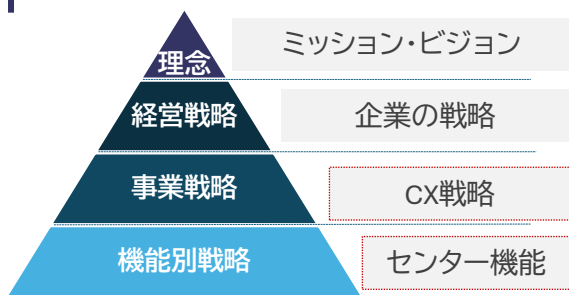
全世界2000の組織で実証された“成功方程式”で企業価値を高める！



ご支援の領域

- 主にコンサルティング、アセスメント、研修の3つを軸にサービスを提供しています
- 多角的な視点からのアセスメント、マネジメント研修など、企業の持つ課題に合った最適なお支援が可能です

コンタクトセンター戦略・構築



戦略策定

デジタル対応にあたるロードマップ策定、ROIシミュレーションなどの戦略面を、経営層向けにご支援

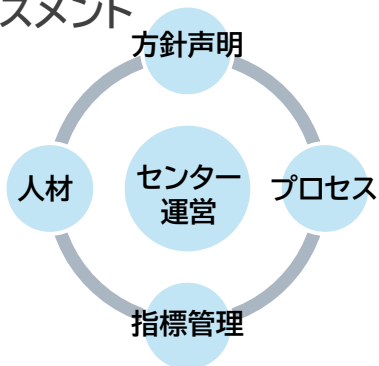
事業計画・運営KPI策定

運営KPIの設計や委託先管理・組織管理などマネジメントの計画策定を、現場マネジメント層向けにご支援

業務改善

応対品質の改善、運営KPIの改善、業務フロー設計など、現場レベルの課題解決をご支援

アセスメント



センターマネジメント診断

COPCなどの運営フレームワークに基づき、パフォーマンスや運営状況を客観的に整理

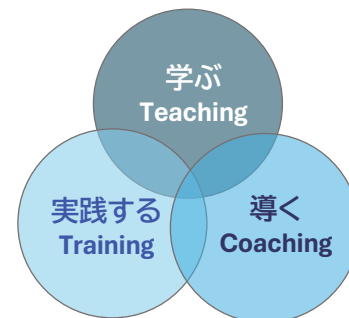
CXミステリーコンタクト

問合せの起点から終点まで、全てのチャネル、カスタマージャーニー全体の顧客体験を評価

Well-being診断

従業員の幸福度を高める7つの要素から、アブセンティーズムおよびプレゼンティーズムの改善・向上に向けた課題を可視化

研修



COPC研修

運営フレームワークとして20年以上にわたり世界中のコンタクトセンターで活用されるCOPCを学ぶ

KCS研修

ナレッジの構造化、再利用、継続的改善といった国際標準のナレッジ管理手法KCSについて学ぶ

SV研修／コンタクトセンター検定対策

コンタクトセンター検定にも対応した、現場リーダーに必要な知識、実践方法を学ぶ

上記はサービスの一例で、複数を組み合わせたカスタマイズなど柔軟にご対応できます

- 大手金融機関を中心に豊富な支援実績を持ち、パートナー企業との連携による多彩なサービスを展開しています
- また、米国COPC社など密に連携をすることで、他社にはないグローバルの視点を、常にアップデートしています

金融業界への豊富な支援実績

みずほ証券

8年連続でのCOPC認証取得を支援

国内4拠点のコンタクトセンターにおけるマネジメントフレームワークの構築とパフォーマンス向上を支援

SMBCコンシューマーファイナンス

電話、チャット対応品質の自社標準構築を支援

窓口を問わず一貫したサービスを提供するため、自社独自であるべき対応品質基準を構築

----- その他、多数のご支援実績あり -----

パートナー企業との連携

| **HDI-Japan**

対応品質コンサルティングでの連携

HDI品質評価の支援をコンサルティングに取り入れ、HDI認定取得をサポート専門審査員も務める

| **電通デジタル**

次世代コンセプト「ヒューマナイズドDX」の共同開発

ヒューマンとデジタルの融合をテーマとする顧客体験コンセプトにもとづいたコンサルティングを共同で提供
近年は電通デジタルが得意とするシステム導入と弊社のコンタクトセンターコンサルティングをパッケージとした支援を展開中

----- その他、Sier・ITベンダー・BPOなど多数のパートナーとの協業を実施 -----

グローバルベンチマークの活用

| **COPC.inc**

世界各国のベンチマークを共有、30年以上の連携

認証企業におけるベンチマークの共有、調査レポート発刊、セミナーの共催など多角的に連携

| **ICXI**

顧客体験／Well-beingフレームワークの活用

カスタマーエクスペリエンス管理におけるグローバルなベストプラクティスを開発および共有するための国際組織
デジタル化、SDGs、コンプライアンスなど、多様で絶えず変化する社会およびビジネス環境におけるサービスの世界基準を提供していくことを目的に、2005年に英国で設立

2021年から連携、お客様相談室を含めた幅広い顧客体験の管理、Well-beingスタンダードを共同して提供

支援内容	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 コールセンターを戦略的に活用したい	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 新規で窓口を設けるので相談にのってほしい	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 運営の課題解決を専門家に手伝ってもらいたい	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し込み、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 お客様視点で提供サービスの課題を発見してほしい	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 自社の顧客対応のレベルを高めたい	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
	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対応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 運営スタッフへの教育やアドバイスを依頼したい	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ー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

支援先名の例: 三井住友銀行、三井住友カード、SMBC日興証券、SMBC信託銀行、SMBCコンシューマーファイナンス、三井住友トラストグループ、みずほ銀行、みずほ証券、アフラック、かんぽ生命、大日本印刷、アコム、麒麟ホールディングス、楽天グループ、NTT東日本、NTTドコモビジネス、トランス・コスモス、アルティウスリンク、日本自動車連盟、日立システムズ、ネットワークシステムズ、コニカミノルタ、JALカード、オリエン特コーポレーションなど

02 コンサルティングサービス Consulting Services



コンサルティングサービス COPCアセスメント

- COPCが提供する最新のコンタクトセンター運営基準と比較することで、自社の強みと改善機会を明らかにします
- 認定コンサルタントが多角的な視点でデータの分析、インタビューを実施し、根本原因と改善の方向性を示唆します

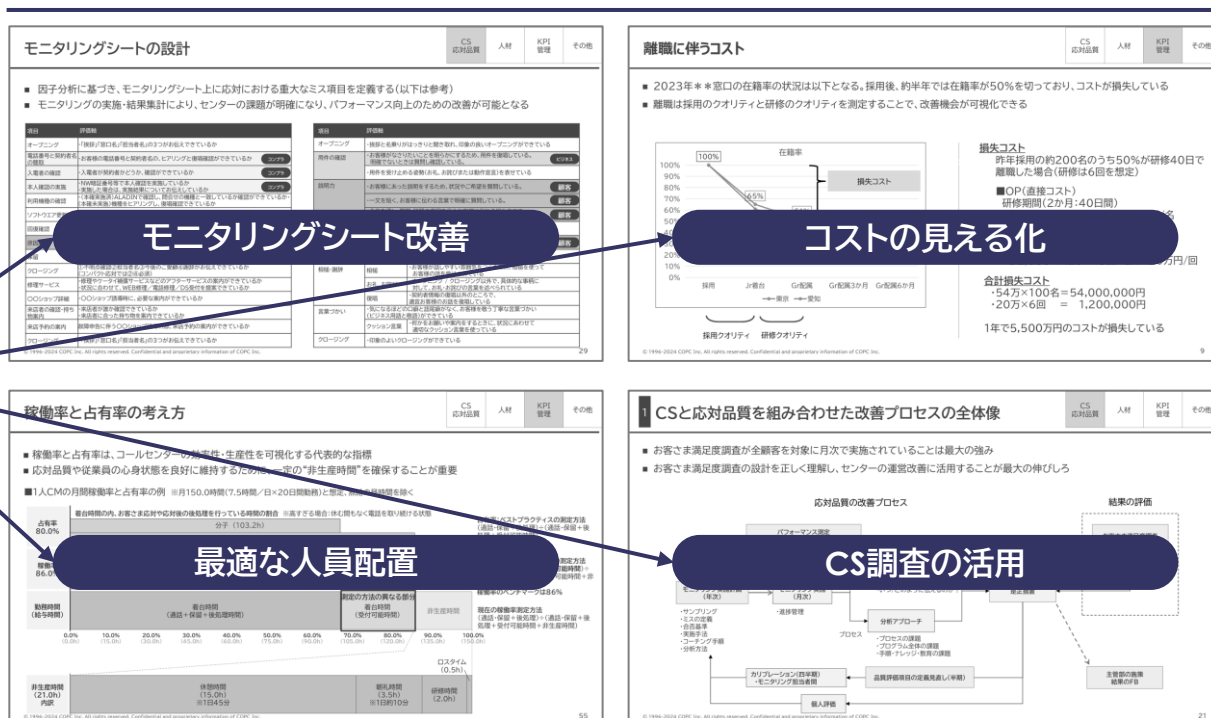
1 COPCアセスメントを活用する組織は、以下を目的としています

- ✓ 中期計画・事業計画の達成確度を高めるために、自社運営のレベルを把握しておきたい
- ✓ 顧客満足度や応対品質改善の活動が業界トレンドと比べて問題ないか把握したい
- ✓ コスト削減や生産性向上を追求できる余地がないか把握したい

第三者による客観的な評価



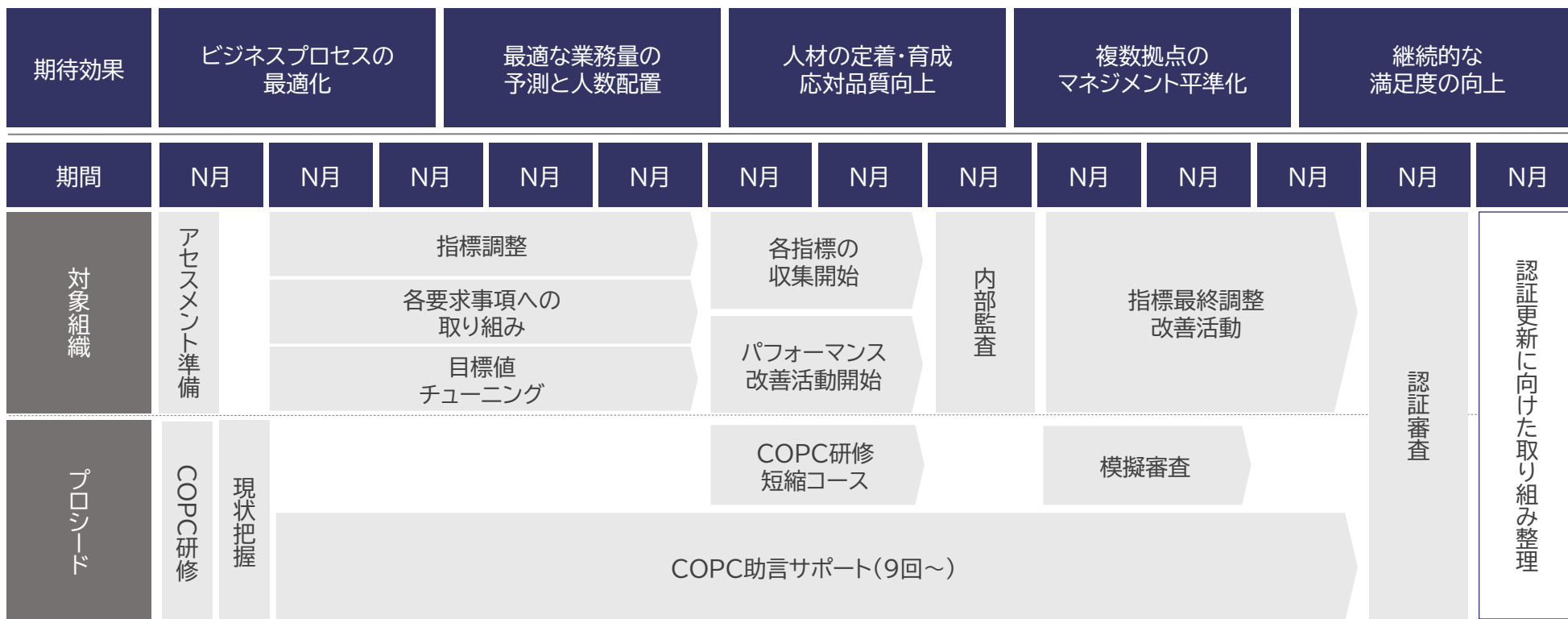
課題の特定と具体的な改善の示唆



COPC認証

- COPC規格の基準を満たし、顧客満足度と生産性の高い運営を行っていることが、第三者機関により証明されます
- COPC認証を活用する組織は約1年間の活動を経てパフォーマンス向上とコスト削減を実現します

認証までのロードマップ



認証企業一部抜粋



COPCトレーニング (COPC® CX規格 ベストプラクティス研修)

- コンタクトセンターのマネジメント業務に就く際に必要なスキルを幅広く学習できます
- コンタクトセンターの運営管理者層向けにはCOPC規格 ベストプラクティス研修が最も有効です

COPC® CX規格 ベストプラクティス研修 概要

- ・ CX向上につなげる各マネジメント領域(VoC管理・数値指標管理・応対品質・WFM・人材育成等)と、各指標の関係性や必要性を網羅的に学ぶ研修です

受講対象者

本研修ではコンタクトセンターに必要なマネジメント領域を網羅的に学びます
そのため、下記の方々を受講を推奨します

- ・ チーム長以上の管理職の方
- ・ センターマネージャーや、教育・品質担当などコンタクトセンター運営管理者の方

研修内容

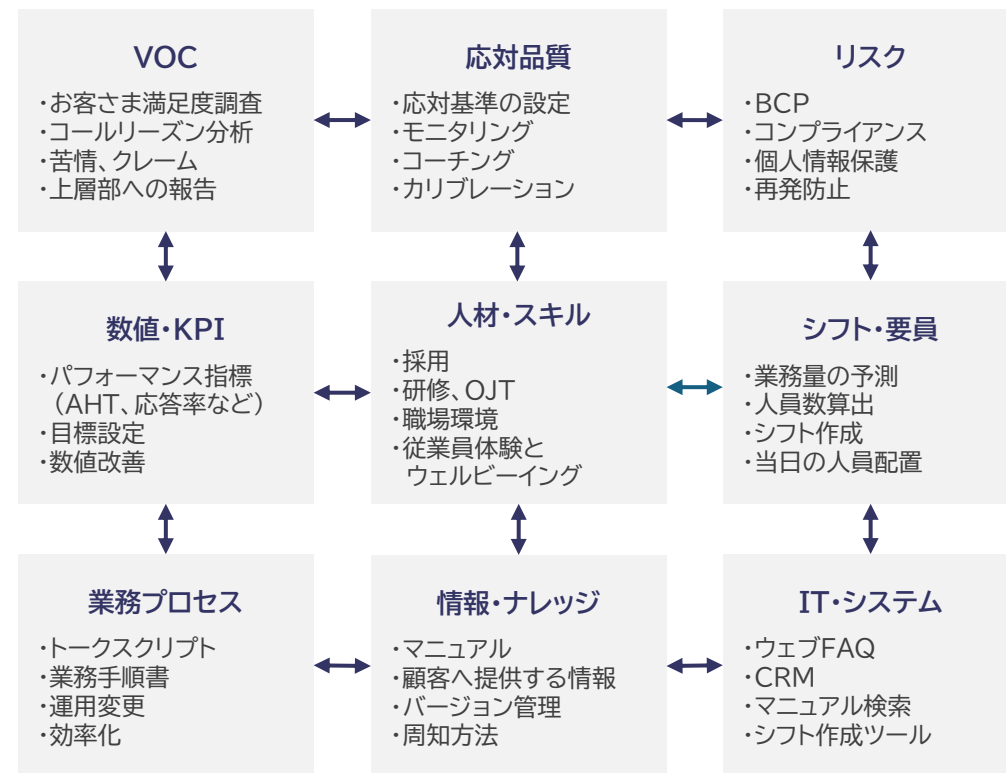
1 日目	基本概念、COPCの紹介、CX規格の用語	3 日目 (続)	是正措置と継続的改善の管理
	方針声明、事業計画、 トータルコストのパフォーマンス		パフォーマンスの達成度評価
	顧客情報の収集と分析 顧客体験のパフォーマンス		離職と欠勤の改善
2 日目	クオリティの管理 指標一覧表の概要説明	4 日目	予測と要員計画
	ヒューマンアシステッドチャネル のパフォーマンス		スケジューリングとリアルタイム管理
	デジタルアシステッドチャネル のパフォーマンス		スキル定義、スタッフの採用
3 日目	ITサービスの管理	※	研修と開発、スキルと知識の検証
	CUIKA		CSSのモニタリングとコーチング
	サービスジャーニーとKCRPの定義		調達・発注コンセプト/利害関係者の評価/役割分担 (特別コースのみ)
	サービスジャーニーの分析と管理		スタッフのパフォーマンスの管理、従業員体験とフィードバック管理
	ばらつき最小化		
	ナレッジとコンテンツの管理		

※青字はカスタマイズコースの受講テーマ例

研修で学ぶポイント

センター運営に必要なマネジメント領域の全体像や関係性

センター運営の課題は様々な領域が関連し合っており、全体からのアプローチで解決することが必要です



COPCトレーニング-VMO研修(COPC® CX規格 ベストプラクティス研修 VMO+)

- COPC® CX規格 ベストプラクティス研修 VMO+では、委託先管理を網羅的に学べます
- 委託先の選定から、パフォーマンス管理など、発注者が求めるセンター運営を実現する主要な要素が含まれています

研修概要

- ・ 本研修は委託先管理に関するグローバル視点でのノウハウが凝縮された内容です
- ・ 他社事例や具体的なツールの紹介、ディスカッションや事例の共有を行います。

受講対象者

本研修では委託先管理組織(VMO)が必要なマネジメント領域を網羅的に学びます。そのため、下記の方々を受講を推奨します。

【オープンコース】

- ・ VMO担当者の方(バンダー管理・発注担当者)
- ・ センターマネージャーや、教育・品質担当などコンタクトセンター運営管理者の方

研修内容

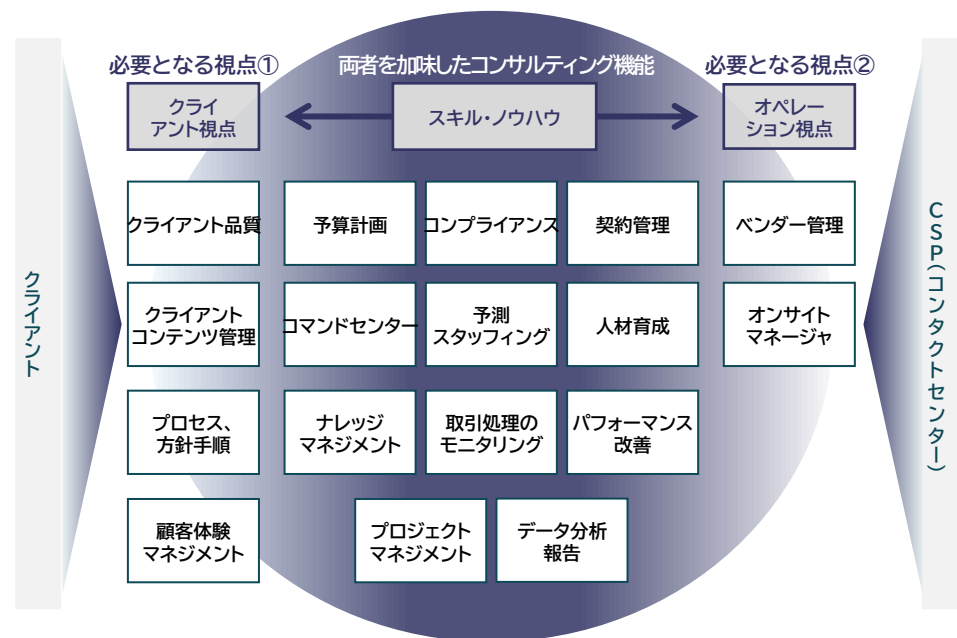
1日目	COPCの基本概念、用語の説明	2日目	◆ スタッフのスキル管理 主要業務担当者の人材管理にてスキル確保を行う上での、VMOとセンターの役割分担の理解
	VMO、CSPの位置づけと重要性①		◆ クオリティ管理 顧客接点業務における品質の確保と、VMOとセンターにおける役割分担の理解
	VMO、CSPの位置づけと重要性②		
	◆ VMO組織方針と計画 VMOに寄せられる期待に組織が応えるかための計画		
	◆ 調達・発注コンセプトの明確化 VMOがセンター組織を調達・発注するために必要な条件等の理解		
◆ 利害関係者の評価 VMOおよびセンター組織に対するクライアント、OSP、顧客の評価			
	◆ パフォーマンス管理 VMO特有の測定指標や、センターパフォーマンスレビューの理解		

※事前にCOPC CX規格ベストプラクティス研修を受講、修了試験に合格していることが受講の条件となります。

研修で学ぶポイント

センター運営・委託先管理に必要なマネジメント領域の全体像や関係性

VMOに求められる機能



要件定義から委託先選定方法、契約終了までの必須のプロセスや、その後のパフォーマンス管理等を体系的に学習できます

コンタクトセンター最適化支援

- 自社の独自の運営スタイル/業務委託をしているセンターでは、業務のブラックボックス化や属人化が散見されます
- 喫緊の課題は見えているものの、優先度の高い課題やどの程度の業務品質を求めるかは組織によって様々です

課題

- 応答率を確保するために資源を継続的に投下しているマネジメントは各管理者が我流で実施している
- ガラパゴス的に収集し続けている指標があり、運営状況の実態を把握できない

以下の3つのステップを通じて自社の取り組みにおける方向性を定めます

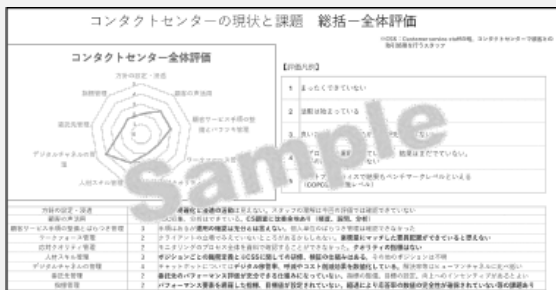
センター診断

概要

- COPCを活用した、センターの現状診断を実施
- 診断の領域は、センター運営における全域(方針/人材/KPI/デジタル/品質など)

成果物

- センター診断報告書(PPT/excel)



方針策定のワークショップ実施

概要

- カスタマーサービスの方針策定に係る方と共に、現状の課題整理、今後の展望を検討具体化はPSD実施

成果物

- WSのまとめ/将来像の整理



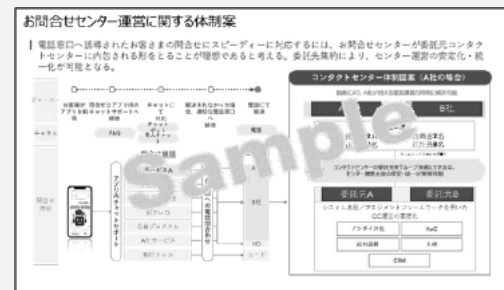
方針に基づくマネジメント構築支援

概要

- WSで検討された将来像を実現する為の業務フロー構築支援

成果物

- PMとして各種取り組みの品質管理
- 業務のフローの設計



コンタクトセンターDX推進支援

- コンタクトセンターのデジタル対応におけるロードマップ作成の伴走支援を行なっております
- 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、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

PI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か年プロジェクト

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

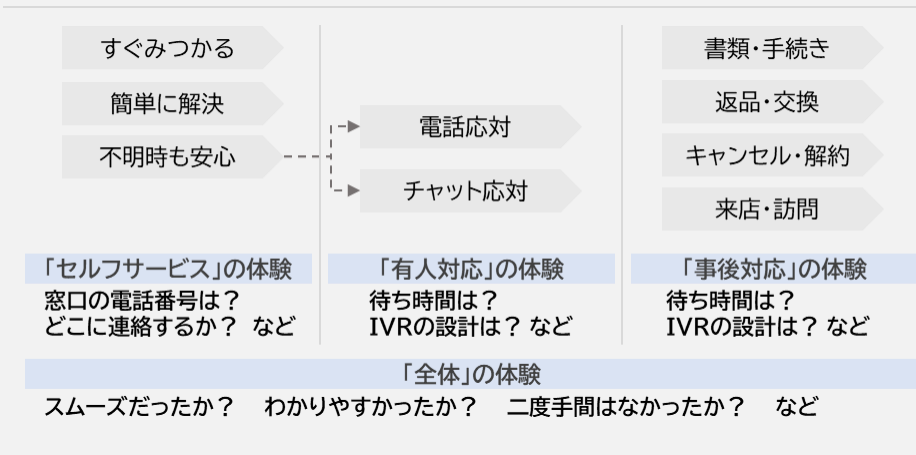
顧客視点・オムニチャネル

顧客体験調査(CXミステリーコンタクト)

- 企業の売上・収益を左右する、CX(顧客体験)を改善するための、ミステリー(覆面)評価を実施します
- 他社比較を含む、客観的な「顧客視点」によるオムニチャネルへの評価を通じて、CXにおける“痛点”を明確にします

CXミステリー評価の対象範囲

ペルソナ(仮想顧客)の体験を評価するために、有人・無人関係なく、企業との接点を評価します。評価は、**接点個々と全体の双方**です



CXミステリー評価の結果と活用(以下は例)

他社比較やペルソナ別の結果を比較し、CX全体、および個々のチャネルにおける改善点を明確にします

評価基準に基づく報告

Annotations in the report:

- オペレーターに接続するまでの時間
- ジャーニー評価のみで利用
- 特筆すべき良かった体験
- 特筆すべき悪かった体験
- 電話(チャット)評価で利用

他社比較と点数化



※ペルソナや比較対象社数は評価開始前に決定します他社比較なしの調査も可能です

ご支援の流れ



各種設計と合意
(対象範囲、ペルソナ、時期、件数、他社など)



評価実施



評価結果分析



評価結果報告

Well-being CUSTOMER CENTER AWARD

- 弊社オリジナルの従業員アンケート調査の結果をランキング化し、上位組織を表彰するアワードです
- 各部門で上位7社を表彰し、受賞した場合、社内外に対して自社の優れた従業員体験を発信することができます

本アワードが選ばれている理由

約80%の組織が継続参加・継続参加した組織の約75%が従業員幸福度昨対比増



日本国内ベンチマークデータを活用し自センターの状況を正しく把握できる



働きやすさではなく、働きがいにフォーカスするため組織を動かす原動力になる



ご要望に応じたカスタマイズや実施後のサービス含めコンサルタントがフルサポート

2024年 受賞組織

2024年は延べ10,000名を超えるスタッフの調査を実施しました



組織数: 51組織
センター数: 132センター
従業員数(回答者数): 10,279名

2024年 受賞組織



2024年11月12日 プロシードベンチマークサミット
Well-being CUSTOMER CENTER AWARD2024大規模部門 表彰

最優秀賞 Top Award

DHLジャパン株式会社 カスタマーサービス本部
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
日本コンセントリクス株式会社 札幌オペレーションズ

優秀賞 Excellence Award

SMBC日興証券株式会社 フロントサービスセンター
株式会社セブン銀行 バンキング統括部コンタクトセンター
Teleperformance Japan 株式会社 A1
日本コンセントリクス株式会社 福岡オペレーションズ

金融CCエグゼクティブリーダーサミット

- 金融業界でコンタクトセンターを運営しているシニアマネジメント層を対象とした研究会を開催しています
- 年間4回の通常会に加え、特別会(センター見学+感謝祭)を開催しています

会の特徴

取り上げるテーマ: グループシナジー | 多様化するシステム投資 | 高度化する人材対応



ゲスト企業による優良事例と
コンサルタントによる解説講座



同じ業界・業種・役職での
グループワーク・ネットワーキング



マネジメントレベル向上の
ための多彩な特典

会の流れ(半日)

- ・ ゲスト講師による事例講座
- ・ コンサルタントによる解説講座
- ・ グループワーク
- ・ 業界トレンドの調査結果報告

参加企業(総参加企業40社以上)

- ・ メガバンク/地方銀行/ネット銀行/
カード/証券/消費者金融/生保・損保
など

特典一覧

- ・ COPC研修 1名分
- ・ 対応品質調査 5件分
- ・ Wellbeing診断 1回分

会の様子



メディア掲載



申し込み方法:

- ✓ 初参加の企業は「無料お試し参加」が可能
- ✓ 年会費は1社20万(税抜き)※入会月から1年間有効
- ✓ 1社2名まで参加可能

サミットにおける各種ご相談:

- ✓ プロシード事業部 リーダー 石田
- ✓ E-MAIL : ps_sales@proseed.co.jp

03

研修紹介



トレーニング一覧

- コンタクトセンター運営の高度化に必要な管理者向けの研修メニューをご提供します
- また、貴社のご状況に応じてカスタマイズ研修をご提供することも可能です

研修名	受講内容	コース	研修期間	資格/試験	主な受講対象
COPC活用研修 	グローバルの優良事例に基づいた体系的なコンタクトセンター運営に必要な考え方について網羅的に学ぶ研修 ✓ COPCは75か国、2,000以上の組織で活用されています	カスタマイズコース 特に重要な内容を抜粋した短時間コース	4時間×4回	—	・チーム長以上管理者 短期間でCOPCを学びたい方
		オープンコース 他社との交流も可能なコース	連続5日間	資格・試験あり	・チーム長以上管理者 CX全領域を含むCOPCをしっかりと学びたい方
データ分析研修 	センター運営状況の可視化及び各種分析手法や管理手法を基礎から学ぶ研修	—	4時間×4回	—	・業務で数値を使う方 ・データ分析の基礎を学びたい方
KCS国際認定コース 	グローバルで活用される顧客対応ナレッジ(FAQ・マニュアル)のマネジメント手法や方法論を学ぶ研修	ファウンデーション研修 ナレッジマネジメントの基礎を学ぶ	1日間	資格・試験あり	・ナレッジ/FAQ管理者
		プリンシプル研修 基礎と共に、具体的なナレッジマネジメント手法を学ぶ	連続3日間	資格・試験あり	・ナレッジ/FAQ管理者
VoC活用研修 	今後のCS調査を推進するにあたり、VoCに関する基礎知識や活用方法を学ぶ研修	—	4時間	—	・CS調査推進担当
SVマネジメント研修	コンタクトセンターSVに求められる一般的な知識とスキルを学ぶ研修	—	3時間	—	・SV/ASV/リーダー ・教育担当

データ分析研修(リーンシックスシグマ-イエローベルト)

- センター運営状況を数値で把握する手法、および各種分析手法や管理手法を学びます
- 具体的な分析テクニックを学び、実業務に活用することができます



研修概要

数値マネジメントによるセンター運営状況の可視化を学ぶ研修です

適切な指標設計を行うことで、センターの運営状況を正しく可視化することにより、正しい判断につながります
どの場面で、どのグラフを用いることが有効かを理解することができます

受講対象者

本研修では、センターマネジメントを行うために必要不可欠な数値管理の考え方や手法を学びます。そのため、下記の方々の受講を推奨します

- チーム長以上の管理職の方
- センターマネージャー
- 教育・品質担当などコンタクトセンター運営管理者の方

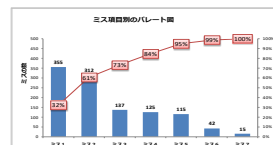
研修内容

1日目	基礎知識	基礎知識を学び、プロセスのパフォーマンス測定、アウトライヤの特定ができるヒストグラムのベースを学ぶ
2日目	課題定義	ヒストグラムを用いたアウトライヤの特定および、根本原因分析のための手法を学ぶ
3日目	要因分析	課題発生の変因を分析するためのパレート図と、パフォーマンストレンドの把握が可能なランチャートを学ぶ
4日目	改善、仮説効果検証	仮説の分析や改善後の効果検証に活用できる散布図を学ぶ。また、研修後着手するテーマについて決定する。

研修で学ぶポイント

センターの状況を正しく把握するための分析ツール

センター運営の課題は様々な領域が関連し合っており、全体からのアプローチで解決することが必要です



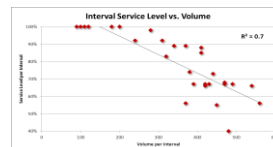
パレート図

- 頻度が多いものから順に並べるグラフ
- 頻繁に発生する苦情やミスを可視化の際に活用する
- 最も頻度が高いものに活動を注力できる



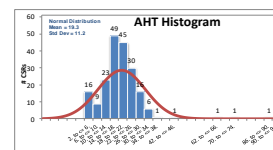
ランチャート

- 時間軸に沿った折れ線グラフ
- 時系列のトレンド(変化など)を把握の際に活用する
- 活動の結果を把握し、次の活動を決定できる



散布図

- 2つの指標データの関係を示すグラフ
- 関係性の確認を把握の際に活用する
- 関係性を立証し行うべき活動を決定できる

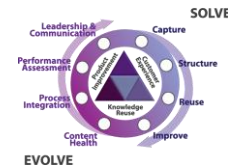


ヒストグラム

- ばらつき度合いを把握するためのグラフ
- オペレーター個人別のばらつきを把握の際に活用する
- ばらつきを抑制する活動を実施すべきかを決定できる

KCS研修(KCS国際認定コース)

- グローバルで活用されているナレッジのマネジメント手法・方法論を学びます
- 管理者層によるフォローの削減、新人デビューまでの期間短縮など、様々な効果が期待できます



研修概要

KCSファウンデーション(KCSF)

- ・ ナレッジマネジメントの国際標準手法を理解します

KCSプリンシプル(KCSP)

- ・ KCS導入する上で必要となる具体的なテクニックを学びます

受講対象者

本研修ではナレッジ(FAQ/マニュアル)のマネジメント手法・方法論を学びます
そのため、下記の方々の受講を推奨します

【共通】

- ・ ナレッジ・FAQ管理者
- ・ センター長・マネージャー

【KCSF】

- ・ ナレッジマネジメントを体系的に学びたい方
- ・ KCSの導入を検討されている方
- ・ オペレーター育成時間の短縮や一次解決率の向上を実現したい方

【KCSP】

- ・ 組織へのKCS導入を推進していく方
- ・ KCS導入が決まっている組織の管理者層の方
- ・ お客さま向けのFAQ効果や会社貢献を実現したい方

研修内容

- ・ 1章:ナレッジセンターサービスとは何か
- ・ 2章:KCSの原理原則と主要な概念
- ・ 3章:KCSの実践
- ・ 4章:KCSをビジネスと協調する
- ・ 5章:コンテンツを健全に保つ
- ・ 6章:KCSの役割と責任
- ・ 7章:プロセス統合
- ・ 8章:パフォーマンス評価
- ・ 9章:リーダーシップ
- ・ 10章:コミュニケーション
- ・ 11章:テクノロジー
- ・ 12章:KCS導入ロードマップ

※KCSFでは青字の3章を学びます。

研修で学ぶポイント

センターの状況を正しく把握するための分析ツール

- ・ ナレッジを専用チームが作ると、専門用語で難解なものになりがちです
- ・ すべて「お客さまの言葉」で作成することで、新人でも活用されやすいナレッジになります



お客さまの言葉で作る

新人でもそのまま検索できる

セルフチャンネルに転用した際にお客さまにとって利便性が高い

オペレーターのモチベーションを高める

- ・ KCSの仕組みは、オペレーターの業務満足度を高めることができます

オペレーターは「受け身」から「価値創造・クリエイター」になる

ナレッジが必要とされる経験を補完するためデビュー期間短縮

迅速なナレッジ見直しと全オペレーターへの展開

明確なルールにより後処理の手間が極小化する

ライセンスモデルとナレッジ評価により「貢献度」が見える化

回答にすぐに使えるナレッジが充実し一次解決率が向上

VOC活用研修

- 組織の活動方針決定の要素となるVoCの重要性、考え方や具体的な活用手法を理解します
- お客さま満足度を把握する指標(NPS,CSAT,CES)の特徴や違いを理解し、今後の活用検討に役立てます



研修概要

VoCマネジメントによるセンターに対する評価(満足度)の可視化を学ぶ研修です

- VoC、お客さま満足度の重要性を理解します
- お客さま満足度の種別や具体的な測定方法を理解します
- お客さま満足度調査結果の分析や改善活動について理解します

受講対象者

本研修では、組織の活動の決定の要素となるVoCの考え方や活用方法を学びます。そのため、下記の方々に受講を推奨します

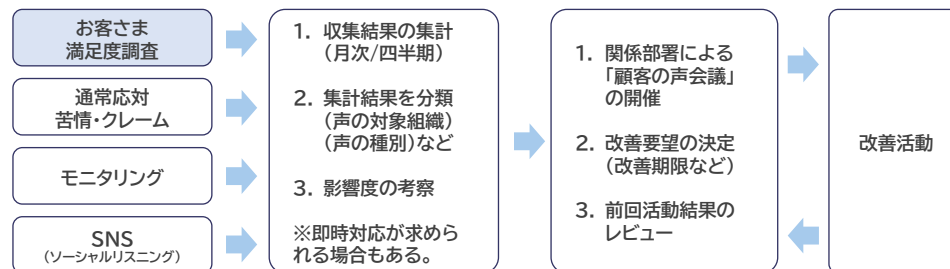
- センターマネージャーをはじめとする運営管理者の方
- お客さま満足度調査を実施している/検討している部署の担当者の方
- 品質管理業務担当の方

研修内容

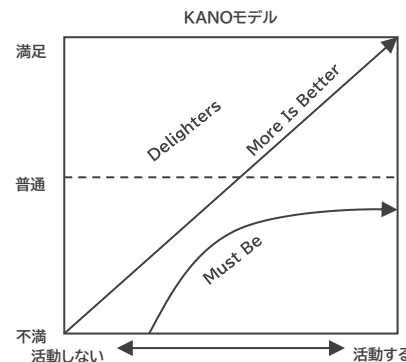
カテゴリ①	顧客体験・VoCの概要	<ul style="list-style-type: none"> • 顧客体験とVoCとはそもそも何か • VoC活動の目的
カテゴリ②	顧客体験指標	<ul style="list-style-type: none"> • 活動の全体像 • 代表的な指標(CSAT,CES,NPS)の特徴 • 設問設計、調査依頼時の誘導 • 調査対象の選別
カテゴリ③	分析と活動	<ul style="list-style-type: none"> • 調査結果の数値化 • 継続的な測定の意味 • 分析と改善活動

研修で学ぶポイント

VoC収集 → 集計・分析 → 改善活動のサイクル



お客さま満足を実現する要素



Delighters (ロイヤリティ因子)
<ul style="list-style-type: none"> • できていなくても不満にならない • できていると歓喜される

More is Better (満足因子)
<ul style="list-style-type: none"> • できていないと不満になる • できていると満足になる

Must Be (不満因子)
<ul style="list-style-type: none"> • できていないと不満になる • できていても普通(満足にならない)

SV向けマネジメント研修

- コンタクトセンターSVに求められる一般的な知識とスキルを実例と実践から学ぶ研修です
- SVの役割や期待を理解し、具体的な行動に移すことができます

研修概要

コンタクトセンターSVに一般的に求められる知識とスキルを学ぶ研修です

- センターミッションの重要性とSVの役割を理解します
- オペレーターを育成するための考え方を理解します
- チームマネジメントの考え方を理解し計画を立てることができます

受講対象者

本研修では、コンタクトセンターのSVに求められる一般的な知識やスキルを実例と実践を交えて学びます。そのため、下記の方々の受講を推奨します

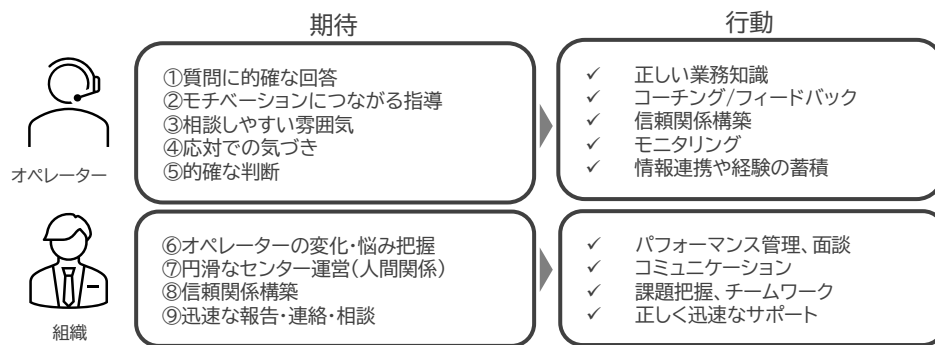
- SV・リーダーの方
- SV・リーダー候補者の方
- 教育担当の方

研修内容

①	SV業務の役割・重要性/ KPI・数値の見方	<ul style="list-style-type: none"> • コンタクトセンター実務全体像の理解 • SVに期待される役割、心構えの理解 • 数値の見方、KPIの理解・読み取り【ケーススタディ】
②	モチベーションマネジメント/ ウェルビーイング	<ul style="list-style-type: none"> • モチベーション理論とウェルビーイングの理解 • オペレーター育成に必要な6つの視点 • オペレーター育成で心掛けること【グループワーク】
③	チームビルディング/ チームワーク	<ul style="list-style-type: none"> • チームとして機能するための条件 • オペレーター育成計画とタイムマネジメント • マネジメント計画票の作成【グループワーク】

研修で学ぶポイント

オペレーターと組織からの期待と行動



チームビルディングを成功させるための前提条件

共通の目標・目的
(方針理解・KPIの浸透)

心理的安全性
(多様なメンバーを受け入れる)

得意を生かした役割分担
(得手不得手の共有)

1on1研修

- 本研修は、SV以上の管理者層が実施する1on1ミーティング(MTG)の質を向上させ、組織全体のパフォーマンス向上を目指すものです
- 1on1の重要性と上司の役割に対する理解を深め、実践を想定したトレーニングを実施します

研修概要

コンタクトセンターSVに求められる1on1の知識とスキルを学ぶ研修です

- 1on1の重要性や目的、実践に必要な基礎知識を理解します
- コミュニケーションのポイントや面談のステップを学びます
- 実践を想定したロールプレイングを通じて実務で行うイメージをつけます

受講対象者

本研修では、1on1に関する一般的な知識やスキルを実例と実践を交えて学びます。そのため、下記の方々の受講を推奨します

- SV・リーダーの方
- SV・リーダー候補者の方
- 教育担当の方

研修内容

- ① 1on1の基礎知識
 - 1on1とは？重要性と目的の理解（組織の期待）
 - 1on1に必要な知識・スキル
 - 傾聴の基本
 - ラポールの構築
 - 1on1の実施方法
 - 環境設定（心理的・物理的）
 - 話の進め方／聞き方
- ② 実践トレーニング
 - テーマ1：新人との1on1
 - テーマ2：ベテランとの1on1

※ケーススタディの内容はご担当者との相談の上決定します

所要時間：1時間

研修で学ぶポイント

1on1の目的は部下の成長や自律的なキャリア形成を支援すること

部下の成長

部下のキャリア形成

組織のパフォーマンス向上



「やらされ感」ではなくOPの「やりたい！」を引き出すコミュニケーション

- コミュニケーションのポイント



- コミュニケーションのステップ

1. アイスブレイク
2. 背景の把握
3. 理想と現実のGAPの整理
4. ネクストアクションの決定

サービスジャーニー研修

- サービスジャーニーシンキング研修は、顧客体験と組織内部を体系的に可視化・改善する手法を学びます
- これにより、顧客の労力削減と満足度向上、さらに組織のムリ・ムダ削減と業務効率化を実現します

研修概要

- ・ サービスジャーニーシンキング研修は、顧客体験を向上させる体系的手法を学ぶもので、**顧客と組織双方の視点**から顧客体験を深く理解します。
- ・ 本研修では、**顧客体験の可視化(サービスブループリント)**から、フロント・バックステージ連携による課題発見、組織の業務効率改善までを習得します。

受講対象者

顧客の行動だけでなく、顧客とビジネスの両観点から顧客体験を理解したいと考える方々に特に適しています。

- ・ **自社の提供する顧客体験の向上を目指している方。**
- ・ **新たなチャネルでの顧客サービスの導入を検討されている方。**
- ・ **自社の提供するサービスの設計で悩まれている方**

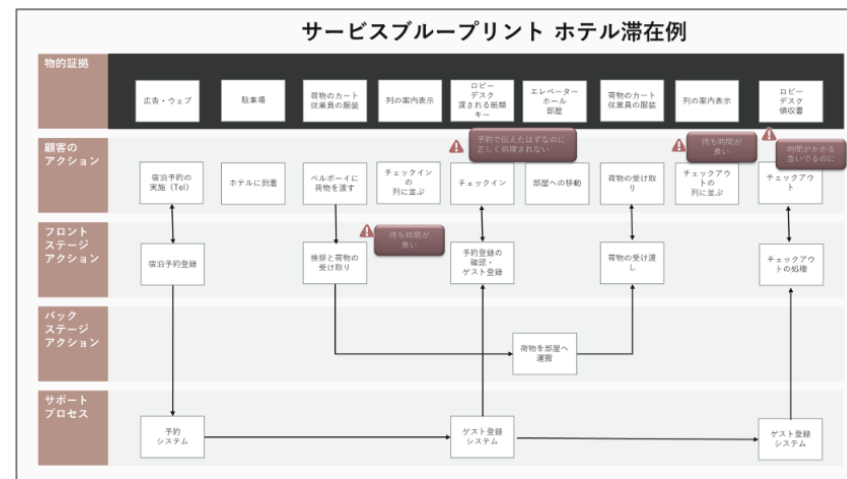
研修内容

1 目 目	イントロダクション	2 目 目	前日の振り返り
	カスタマーエクスペリエンスとCJMの紹介		顧客体験の調査と記録
	COPC®CJMの方法論とケーススタディ		ジャーニーマップの作成と共有
	顧客体験改善機会の分析と優位順位づけ		改善活動とジャーニーの最適化
	タッチポイントの理解とカスタマージャーニーの選定		

研修で学ぶポイント

顧客体験の可視化の手法

顧客体験の向上のための可視化手法(サービスブループリント)及び、より良いサービス設計の手法が学べます。



リスク軽減

顧客不満足の原因を特定し、製品やサービスに関連する作業負担を軽減する手法。



解決スピード向上

顧客ニーズを事前に解決することで、将来的な接触を減らす手法。



顧客接触の最適化

やりとりを簡素化し、顧客の労力と解決までの時間を短縮する手法。



チャネル移行の最適化

チャネル間の移行を最適化し、解決率を向上させる手法。

04

ご支援事例



新規事業立ち上げ・業務移管支援(大手通信会社)



業務拡大に向けた既存業務の整理・移管と新規事業の体制構築

中計・事業計画

伴走・常駐

立ち上げ支援

【導入の背景】

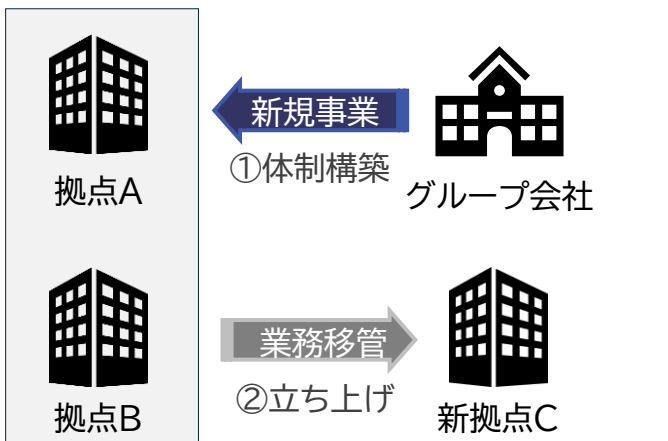
当該クライアントでは、更なる接触センター事業拡大のため、主拠点の既存業務を新拠点に移管することで、グループ会社からの新規事業の受け入れを検討していた。

【導入の決め手】

接触センター事業における事業計画と運営状況の実態に基づき、戦略的な人員配置と業務整理を行えるパートナーを探していた。そこで、多数のセンター立ち上げ実績と、COPCを活用した業務改善の実績が決め手となった。

新規事業受け入れのための段階的なセンター移管・立ち上げ計画の伴走

ご相談の背景



①、②ともに、カットオーバーまでの体制・仕組みの構築、人材育成までを支援

プロシードの関わり方

主な支援内容(常駐支援)



ミーティングファシリテーション
…議論整理、意見引き出し、事例共有



WBSの策定
…スケジュールとタスク・マイルストーン整理



新規事業・拠点への研修
…マネジメント手法および、応対研修



定例会議の資料作成・更新
…PJ進捗の可視化とToDo整理

成果

PJを成功に導くカギ

- 外部視点の導入**
 - ・ 専門家による課題や改善点の示唆
 - ・ ベストプラクティスの共有
- 会議の生産性向上**
 - ・ 目的に沿ったアジェンダ設計と進行 (タイムマネジメント)
- 意思決定の質向上**
 - ・ 中立的な意見の整理
 - ・ PJ進捗、重要度に応じた意思決定の促進・抑制

コンタクトセンター最適化(大手金融機関)



グループコンタクトセンターの最適化プロジェクト伴走支援

運営最適化

伴走・常駐

センターリプレイス

【導入の背景】

当該クライアントでは、傘下カード会社の将来的な商品を含めた融合を見据え、コンタクトセンターにおいても最適化の検討に着手したただ、コンタクトセンター運営に関する知見を有しプロジェクトを推進できる人材が不足していた。

【導入の決め手】

COPCをフレームワークを活用しながら、コンタクトセンター最適化プロジェクトの舵取りを担うことができ、かつ現状診断などのスキルを有するコンサルタントが多数在籍していることが決め手となった。

コンタクトセンター最適化PTのPMOメンバーおよび実行担当として、伴走型支援・アドバイス

フェーズ1

1 現状把握/課題特定

- 傘下カード会社マネジメント体制の把握
- 現体制および統合に向けた課題の特定

2 方針・施策の決定

- 年間活動方針と施策の決定
- ロードマップ初案作成

フェーズ2

3 施策の実行

- 現場マネジメント層と連携した改善活動
- ロードマップの改善・具体化

4 活動評価/次期方針検討

- 年間活動達成度評価と課題整理
- CRM統合に向けた要件の整理

	サービス	概要	ステップ			
			①	②	③	④
1	各種アセスメント(運営プロセスなど)	運営方針、業務プロセスなどマネジメント全般について、資料確認やインタビューを通して現状を評価	●		●	
2	CX戦略策定、事業計画策定支援	組織全体の目指す姿やロードマップ、施策決定についてのアドバイザー		●		●
3	KPI、運営指標構築支援	事業計画実現のためのKPIを、データ取得状況などを加味して策定		●	●	●
4	業務改善支援/アドバイザー	VOC、ナレッジ、WFM、人材などの業務テーマに合わせた実行支援やアドバイザー			●	
5	Well-being診断/改善プログラム	センター従業員の幸福度、働きがい、満足度についての診断および診断結果に基づくワークショップ			●	
6	対応品質外部モニタリング評価	電話、チャットなど、有人対応の対応品質について			●	
7	対応品質基準作成	対応品質について、社内で統一された基準、評価方法、評価軸合わせの方法などの作成			●	
8	研修/ワークショップ	COPC CX規格、KCSナレッジマネジメントなどをベースにした、オープン/カスタマイズ研修を提供			●	
9	プロジェクトチームサポート	プロジェクトメンバー、アドバイザーとして改善活動を支援(ワーキンググループの運営、資料作成など)	●	●	●	●

コンタクトセンターアセスメント(新電力会社)



委託先コンタクトセンターにおける 運営課題の可視化(Phase1)

センターリプレイス

センター課題抽出

ベンチマーク
レビュー

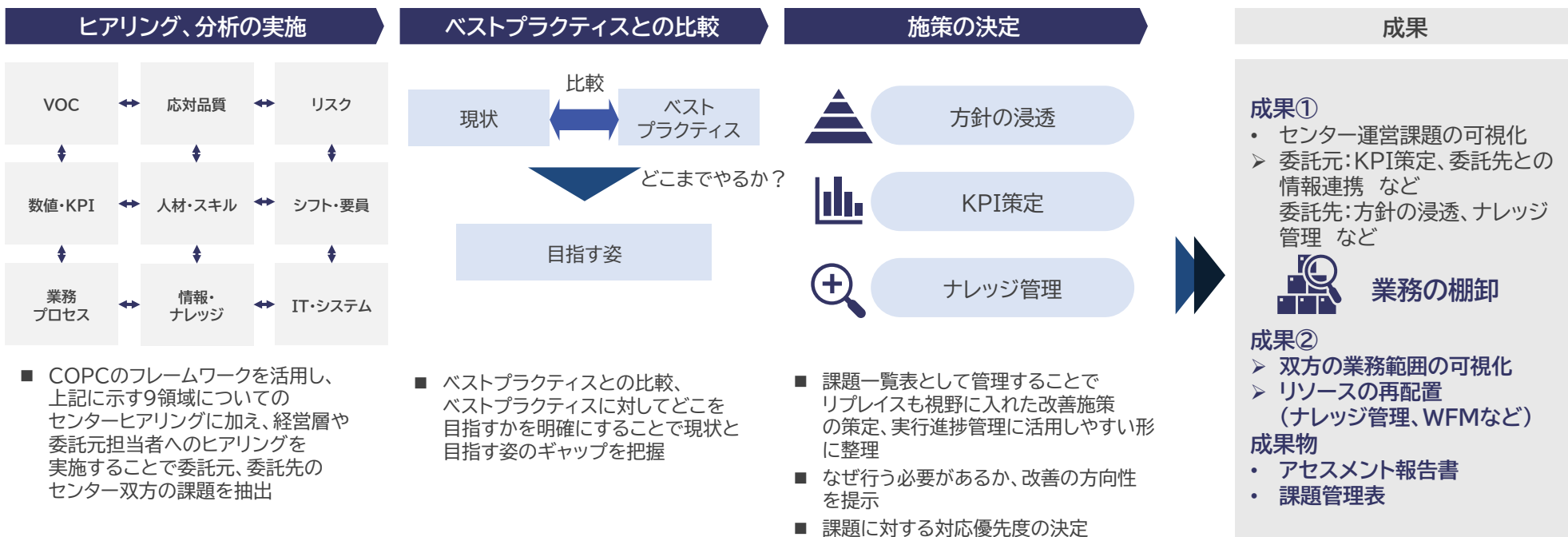
【導入の背景】

当該クライアントでは、委託先にセンター運営を一任している形となっていたため、委託先での運営がブラックボックス化していた。今後、顧客の増大に伴う業務範囲やセンターキャパシティの拡大を見据えており、適切な運営体制を構築するためのベンダーマネジメントを含めた業務診断の実施を検討していた。

【導入の決め手】

COPCのフレームワークを活用したベンチマークレビューを行うことで優秀なセンターとの比較を行い、センター拡大を見据える中でどのような課題があるのかを洗い出すことができるため。

コンタクトセンター運営の課題を把握するためのアセスメント



RFP策定支援(新電力会社)



アセスメントで抽出された課題をもとにしたRFP策定支援(Phase2)

センターリプレイス

運営最適化

RFP策定

アセスメント結果を活用したRFP策定支援

各領域における実施範囲の決定

アセスメント結果の活用



棚卸した業務

委託元の実施

- ・委託先KPI管理
- ・業務量予測 など

委託先の実施

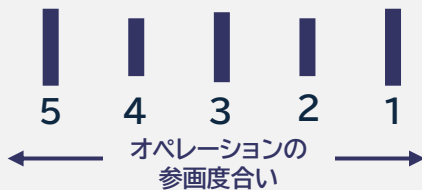
- ・採用
- ・教育
- ・シフト作成、遵守など

委託先への要求事項

- 委託元で行われている業務、委託先センターで行われている業務の棚卸を行い、各実施範囲についてディスカッションの上決定

プロシードのノウハウの活用

バンダーマネジメントにおける委託先への要求レベルを5段階で整理



【参画度を整理した領域】
ガバナンス、指標管理、採用、研修、プロセス、クオリティ、CSAT、WFM、パフォーマンス管理

- オペレーションの参画度合いを明確にすることで委託先センターに求める各領域の業務範囲を可視化

RFP策定



目指す姿を実現する為に必要な事項を網羅した評価項目



求める項目をブレなく評価する為の評価基準



その他事前に契約事項に盛り込む事項や合意点など

- 双方の業務実施範囲を明確にした上でプロシードの持つ事例も活用した、委託先選定に必要な内容が網羅されたRFPの作成

成果

成果①

- ・ 棚卸した業務の整理
 - 委託先への要求事項の明確化
 - 評価項目の整理
 - 評価基準の明確化
 - 契約上の注意点や合意しておくべき点 など

委託先に求めることの可視化

成果②

- ・ RFPの作成
 - 上記に基づくRFPの策定
- 成果物
 - ・ 委託先選定に必要な内容の網羅されたRFP

品質改善支援(大手電力会社)



「あるべき姿」策定に向けた 対応品質評価支援

対応品質評価

インサイドセールス

OP育成

【導入の背景】

当該クライアントでは、「お客様に選ばれ続ける」企業を目指しており、「期待を超える価値の提供」をトップメッセージとしていた。そのような企業の顔となるコンタクトセンターとして「あるべき姿」を実現するために客観的な評価と改善の方向性を示すことができる人材が不足していた。

【導入の決め手】

当該クライアントの評価項目を使用し、カリブレーションから客観的な評価、結果の分析、改善の方向性の提案まで行い、今後の品質についてともに検討していくことができるため。

お客様視点・法令順守視点から見た品質評価支援

支援の方向性

- お客様に選ばれ続ける企業
- 期待を超える価値の提供

Action

To-Be
(あるべき姿)

As-Is
(現状の姿)

あるべき姿とのGAP

「あるべき姿」を実現するためのファーストステップ

客観的でばらつきのない評価

- 基準を見直し、評価ポイントを明確にすることで評価結果のばらつきを減らす
- 評価結果から正しく自社の現状の姿を把握する

優先的に改善が必要な領域を明確にする

- あるべき姿をもとに、優先課題の特定
- 課題に対する効果的な打ち手を洗い出す

ご支援内容の詳細

実施内容

対象件数	■ 200件
対象音声 評価基準	■ インバウンド(80件)/アウトバウンド(120件)対応 ■ 顧客視点/法令遵守視点での評価
評価期間	■ 1~1.5か月

「CX視点」での評価基準の見直し

- 評価の基準をプロシードのコンサルタントが、CX視点で見直し
- カリブレーションを実施することで、担当者への落とし込み

評価結果に基づく改善施策の示唆

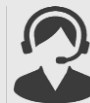
- 評価結果を分析
- 分析結果をもとに、有効な打ち手を提案

成果



対応品質における課題の可視化

- 自社の強み・課題を理解
- 課題の根本原因を特定し、有効なOPの育成手法の紹介



モニタリングシートの課題

- あるべき姿の見直し
- 上記に伴うモニタリングシートの改訂、評価基準の見直し

