

応対品質改善支援

サービス企画書

株式会社プロシード

アジェンダ

1. 応対品質向上の必要性
2. プロシードの応対品質向上支援の特徴
3. ご支援の進め方
4. Appendix

1

応対品質向上の必要性

応対品質の向上が重要な理由

- 顧客接点部門となるコンタクトセンターにおいて、顧客満足度向上につながる応対品質は非常に重要です
- 応対品質の向上は顧客満足度やロイヤルティを向上させるだけでなく、従業員に対してもよい影響を与えます



顧客満足度向上

問題解決

コンタクトセンターは問題を迅速に解決することを期待されています。ストレスを感じず解決することが満足度に繋がります。

安心感を与える応対

お客さまへの寄り添いや・共感は安心感と信頼感を与えます。お客さまは問題だけでなく、「気持ち」の解決も求めています。



顧客ロイヤルティ向上

信頼関係の構築

お客さまはお問い合わせを含めた体験全体の良し悪しにも価値を感じます。応対品質の向上は長期的な関係構築において重要です。

ブランドイメージ向上

応対品質の良い企業は口コミや評判を通じて信頼の高いブランドとして認知が広がります。



従業員の働きがい向上

モチベーションの向上

お客さまからの感謝、応対品質改善による個人成績の向上は、従業員のモチベーション向上に繋がります。

働きやすい環境の提供

体系的な品質評価・コーチングFBを行うことは、従業員に安心感と成長機会を与えます。

対応品質活動の実態

- 多くの企業が対応品質の重要性を理解し取り組んでいます
- 一方で品質活動を継続しているものの課題を抱える企業は多く、効果的な活動になっていない状況が見受けられます

よくある課題

評価業務の工数確保が難しい

顕在化している課題

3か月に1件/人など、少ない件数でモニタリング評価を継続している。

課題の原因

- ・ 評価人員の配置が十分ではない
- ・ 業務に忙殺され、品質活動の優先度が低い

影響

- 対応品質のバラツキが改善しない
- オペレータのモチベーション低下
- クレーム・苦情が減らず顧客満足度に影響

モニタリングが成果に繋がらない

顕在化している課題

モニタリングスコアは向上しているが、顧客満足度の向上に繋がらない。苦情・クレームが減らない。

課題の原因

- ・ 顧客視点で評価基準が設定されていない
- ・ スコアが向上しているため、見直しの必要性を感じていない

影響

- 顧客満足に繋がる指導・改善に至らない
- 苦情・クレームの発生理由を解消できない
- 工数に見合った結果に繋がらない

品質活動は行っているけど…

- ・ 生産性を重視し、品質活動に注力する余裕がない
- ・ 問題に気づいていても、打ち手が分からない
- ・ 工数・時間をかけても、成果に繋がる活動になっていない



顧客体験への悪い影響

企業のイメージダウン

従業員の欠勤・離職の増加

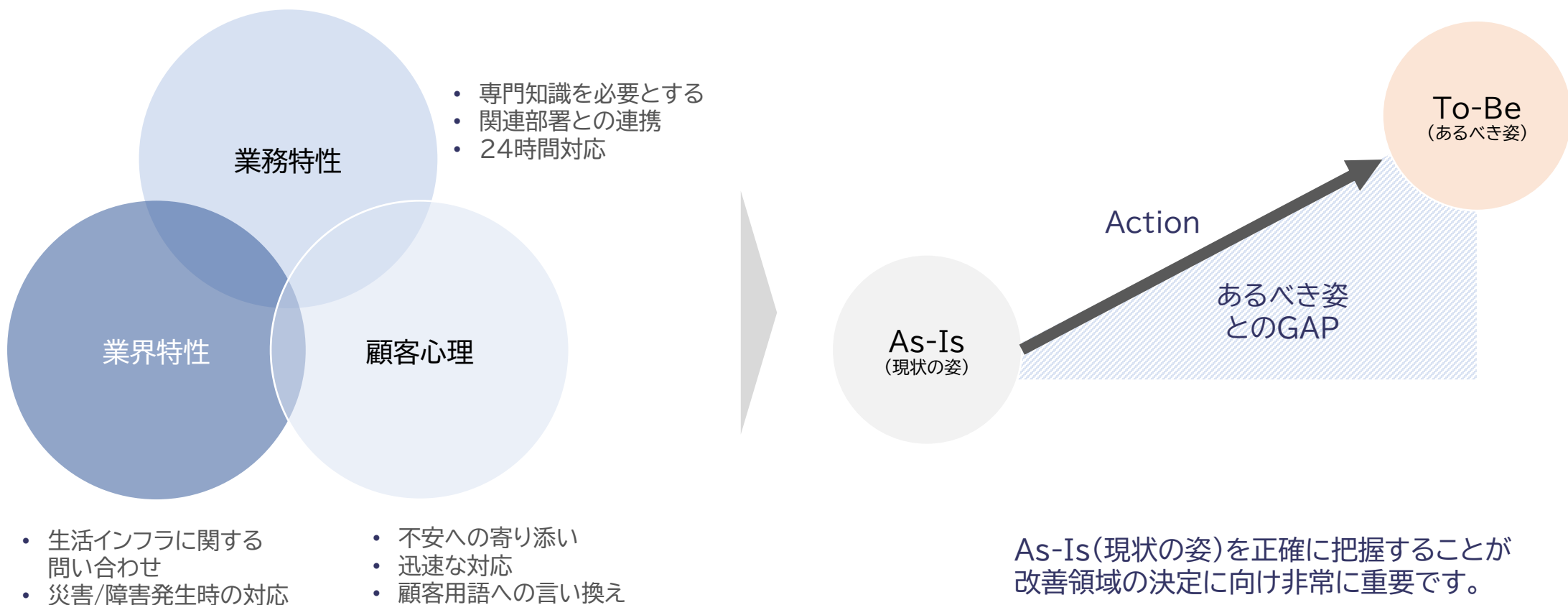
2

プロシードの応対品質向上支援の特徴

プロシードの応対品質向上支援における特徴

- 企業の理想とする応対と、現状のGAPを正確に測るには「業界」「業務」「顧客」を加味した評価が必要です
- 当社のモニタリングでは、各企業のビジネス・ビジョンを理解した評価を行うため、改善領域を正確に理解することが出来ます

◆評価を実施するうえでの特性理解(生活インフラ企業での例)



「ファンを増やす・選ばれ続ける」ための応対品質向上支援

- 情緒的価値を高める活動として、応対品質の向上は不可欠です
- 理想と現状のGAPをセンター単位・個人単位で把握する為の応対品質向上をご支援します

※ご要望に応じて各ステップは
スポットでの実施も可能です



3

ご支援の進め方

STEP1.2あるべき対応の検討／モニタリングシート設計とカリブレーション

- ワークショップ(WS)を行い、管理者・品質担当者・組織長の方々にて、共通のあるべき対応を検討していただきます
- このWSで定めた「あるべき対応」を元にモニタリングシートを作成し、カリブレーション(品質基準の落とし込み)を行います

WSの開催

WSのアジェンダ例

- ① 事業部方針・MVVの理解
- ② センターへ寄せられる期待
- ③ 顧客体験の構成要素
(サービスジャーニー)
- ④ 提供する顧客体験
- ⑤ 求められる対応品質
- ⑥ あるべき対応



- ・ **なぜ対応品質は重要なのか？**
 - ・ **お客さま視点で良い対応とは？**
- 顧客への理解を深め、「良い顧客体験」に対する共通認識を醸成する

なぜ対応品質を向上する必要があるか？
原点に立ち返り、あるべき対応は何かを検討する

モニタリングシート設計・カリブレーション

モニタリングシート設計

- WSで定めたあるべき対応を元に評価項目・チェック内容を策定する
- ・ 入電～終話までの対応プロセスごとに基準を設定する
↳ 対応プロセス: オープニング・用件理解・受止めと合意...etc
 - ・ 「プラス評価」「マイナス評価」の基準は具体的に言語化する

カリブレーション

- ・ 新モニタリングシートを用いた評価方法と評価基準の説明
- ・ プレ評価を行い、品質担当者・管理者の基準統一を図る

評価項目・チェック内容の一つひとつが
あるべき対応に繋がることを意識して策定する

貴社の「あるべき対応」を定義付けるための要素をWSを通じて見つけます
モニタリングシート設計/カリブレーションを通じて、対応品質における共通認識を促します

STEP3 モニタリング実施方法例

- モニタリングの対象者は貴社の目標設定に応じて決定します
- 評価項目・評価軸は貴社の業務特性・顧客からの期待に合わせてカスタマイズします

◆モニタリング実施方法(実施方法によって1件当たりの金額が異なります)



音声データの外だしが可能な場合
音声お預かりの評価



音声データの外だしが不可の場合
ご訪問での評価

確認事項・納品物	確認内容
実施対象者	■ 対象の基準 ■ 対象人数
対象音声	■ 案件の種別 ■ 対象件数(一人当たりの件数)
実施時期	■ 実施時期 ■ 実施サイクル
実施場所	■ 具体的な実施場所
納品物	■ 評価シート【ひな形】.xlsx ■ OP別の評価結果【個票】.xlsx ■ 報告書.pdf

◆モニタリング評価表(例)

評価項目	評価項目毎のチェック内容(例)
オープニング	挨拶・名乗り、聞き取りやすさ、抑揚・トーン等
用件の理解と理解の表現	用件の理解、受け止めの工夫等
ニーズ・状況把握	解決に必要な情報の質問や合意、解決につなげるための情報の確認不足等
解決支援(情報提供)	解決できているか、顧客に合わせた情報提供の工夫等
説明のわかりやすさ/納得感	伝える順番や長さ、理解度に合わせた説明の工夫等
心情を配慮したコミュニケーション	お礼やお詫び、クッション言葉、相槌等
クロージング	名乗りやご挨拶、不明点確認等
話し方	伝える速さ、間、抑揚等
言葉づかい	フランクさや尊大さ、口癖など
保留	保留時間、保留の依頼と了承、保留明けの声掛け等

◆評価方法と考え方(例)

ランク5	ランク4	ランク3	ランク2	ランク1
顧客満足を意図した「あるべき姿」	顧客満足を意図した「加点要素」がある	顧客不満の観点から「減点要素」なし	顧客不満の観点から「減点要素」がある	顧客不満の観点から「明らかに不適切」

(参考例)モニタリングシート

- モニタリングシートの評価項目のイメージです

総評

【対応者とお客様とのGAPとアドバイス】

1 オープニング	ランク5	ランク4	ランク3	ランク2	ランク1	評価ランク	ランク 3
	****	**** *	**** *	**** *	**** **	【判断根拠】	
要因チェック	該当		V				
1 基本行動(挨拶/名乗り/用件受止め)							
3 スピード							
4 明瞭さ・トーン							
5 抑揚・表情							
評価の要因チェック							
2 傾聴と受止め 目的:*****	ランク5	ランク4	ランク3	ランク2	ランク1	評価ランク	ランク 4
	****	**** *	**** *	**** *	**** **	【判断根拠】	
要因チェック	該当	V					
1 言葉、様子から不明・不安・心配・不満・関心の読み取り							
2 不明・不安・心配・不満・関心の受け止め							
3 お客様の属性、状況や心情にあわせた対応の切り替え							
3 状況・背景の把握／合意 目的:*****	ランク5	ランク4	ランク3	ランク2	ランク1	評価ランク	ランク 4
	****	**** *	**** *	**** *	**** **	【判断根拠】	
要因チェック	該当	V		ランク			
1 正しい案内(回答や審査)のために必要な必須の質問							
2 背景・状況把握のための質問							
3 背景・状況の合意							
4 お客様にあわせた(タイミングやわかりやすさ)質問							

判断根拠と
次ランクへのアドバイス

【アドバイス】

【アドバイス】

STEP4 定期的なモニタリングと分析・報告

- 応対のモニタリングを実施し、評価することで、各応対の課題や良い点を評価結果として提供します
- 評価結果を集計・分析し、全体的な傾向や改善の提案を行います

モニタリングと報告会の対象・目的

報告書イメージ

目的

- OP個人の応対品質の向上と管理者の現状理解を促します

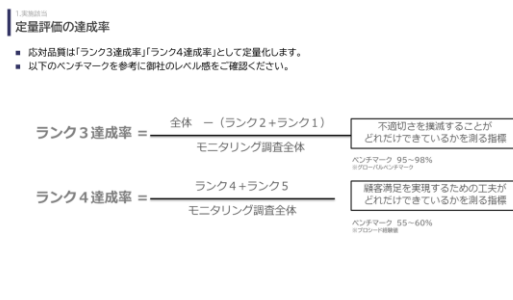
実施内容

- OPの応対をモニタリングし評価します
- 評価結果を個別に納品し、応対の結果を可視化し共有します
- 評価の結果を分析し、改善の提案を行います

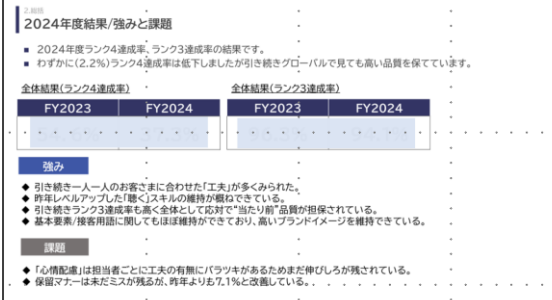
所要時間

- 報告会(2時間程度)

ランクと達成率の考え方



総評と全体傾向



項目ごとの傾向



STEP5 応対力向上研修 実施方法例

- 研修内容はOPに対して、「貴社の目指す応対」を実際のお客さま対応へ落とし込むための座学・グループワークとなっています
- 研修担当者/品質担当者の方も同席いただくことで、に

◆研修内容

研修設計	研修実施	結果報告
・センターとして、目指したい姿の確認 ・研修カリキュラム作成	・座学＋ロープレを中心に、実践的なOPの育成手法を学ぶ	・研修の様子や、受講後アンケートから、受講者の課題・今後の取り組みを報告

確認事項・納品物	確認内容
実施対象者	■ 対象の基準 ■ 対象人数 OPの方が対象です。管理者/研修担当者/品質担当者の方もご同席いただけます
実施時期	■ 実施時期
実施場所	■ 具体的な実施場所
納品物	■ 研修教材・資料.pdf ■ 受講者アンケート結果.xlsx

◆研修カリキュラム(例)

時間		内容
13:30	13:45	オリエンテーション(自己紹介/研修のゴール) ・講師紹介 ・研修のゴール
13:45	14:30	お客さま(フロントライン)応対のあるべき姿 ・世の中のお客さま対応トレンド ・**社にとってのお客さま対応とは ・ブランドイメージについて ・OPの応対の与える影響 ・まとめ
14:30	15:15	お客さま視点とは ・お客さま満足向上のポイント ・インプット(聴く)とアウトプット(話す) ・【エクササイズ】現状とのGAPを考えよう
15:15	15:30	休憩
15:30	16:30	OPへの指導育成ポイント ・OPの品質マインド徹底のヒント ・【エクササイズ】改善へのディスカッション ・振り返り

STEP5 コーチング研修 実施方法例

- 研修内容は貴社の目指している世界感(ビジョン)に合わせて、完全カスタマイズで実施します
- 研修は主に、「座学」と「ロールプレイング」を中心に行い、学んだ知識を実践で活用できるようになることをゴールとします

◆研修内容

研修設計	研修実施	結果報告
・センターとして、目指したい姿の確認 ・研修カリキュラム作成	・座学+ロープレを中心に、実践的なOPの育成手法を学ぶ	・研修の様子や、受講後アンケートから、受講者の課題・今後の取り組みを報告

確認事項・納品物	確認内容
実施対象者	■ 対象の基準 ■ 対象人数 管理者、教育・育成担当者が対象となります
実施時期	■ 実施時期
実施場所	■ 具体的な実施場所
納品物	■ 研修教材・資料.pdf ■ 受講者アンケート結果.xlsx

◆研修カリキュラム(例)

時間		内容
10:00	10:30	応対品質の基礎
10:30	11:00	コーチング、フィードバック概要
11:00	11:10	休憩
11:10	11:30	タイプにあわせたコミュニケーション概論
11:30	12:00	【演習】自己タイプ判定演習①
12:00	13:00	昼食
13:00	14:00	【演習】自己タイプ判定演習②
14:00	14:15	コーチングプラン・コーチングチェックシートの説明
14:15	14:25	休憩
14:25	15:00	【演習】コーチングプラン作成 & フィードバック ①
15:00	15:35	【演習】コーチングプラン作成 & フィードバック ②
15:35	15:45	休憩
15:45	16:20	【ロープレ】コーチング実践 & フィードバック ③
16:20	16:55	【ロープレ】コーチング実践 & フィードバック ④
16:55	17:00	質疑応答

4

Appendix

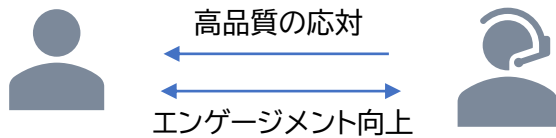
応対品質向上ご支援事例① - 大手金融機関A社様

- 金融という業界特性上、商品差別化が難しく、サービス面(カスタマーサポート)での差別化を検討・実施
- 差別化として電話での応対品質向上・標準化に取り組み、「らしさ」を追求するためのフレームワークを導入

背景・課題

商品の特性上、差別化が難しい。

差別化を図る為、**お客様応対の向上**を目指した



苦情

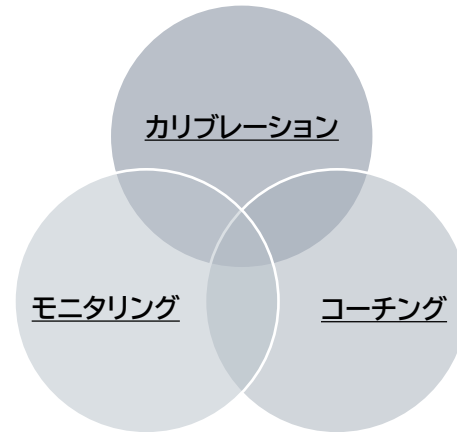
- ・オペレーター応対による苦情の一定発生

ばらつき

- ・目指すゴール、応対評価基準のばらつき
- ・組織(センター)間の品質管理運営のばらつき
- ・コーチ(管理職・SV)側の育成スキルのばらつき

自社の掲げるビジョンの達成の為、応対における「らしさ」を追求し、標準化が必要

独自のフレームワークによる応対品質向上への取り組み



- ✓ らしさ(目指すゴール)を応対評価基準として明確化
- ✓ 全センターへ同じフレームワークを導入
- ✓ コーチのスキルに左右されない指導の標準化とツールの活用

カリブレーション:

評価項目とランク基準を新たに策定、CX品質評価基準の理解と徹底的な耳合わせ

モニタリング:

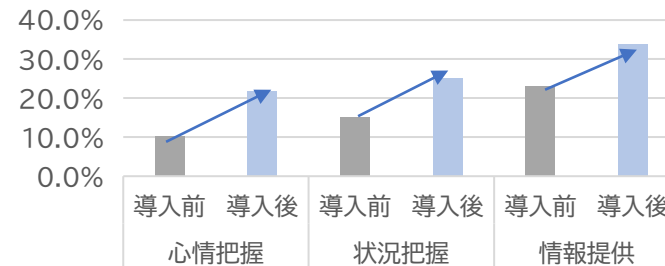
全センターの全オペレーターの音源確認、年4回の外部モニタリングの実施

コーチング:

コーチのスキルに左右されないコーチングの実践、オペレーターの応対評価を「8つの評価項目×5ランク」で40分類。分類に合わせた最適なコーチングツールを活用

改善効果

音源評価「4ランク」以上達成社員構成率



社員対応へのお褒めの声が増加



分かりやすい説明で、安心して相談できた。



本当によく話を聞いてもらえた。

応対品質向上ご支援事例② - 大手エネルギー業界B社様

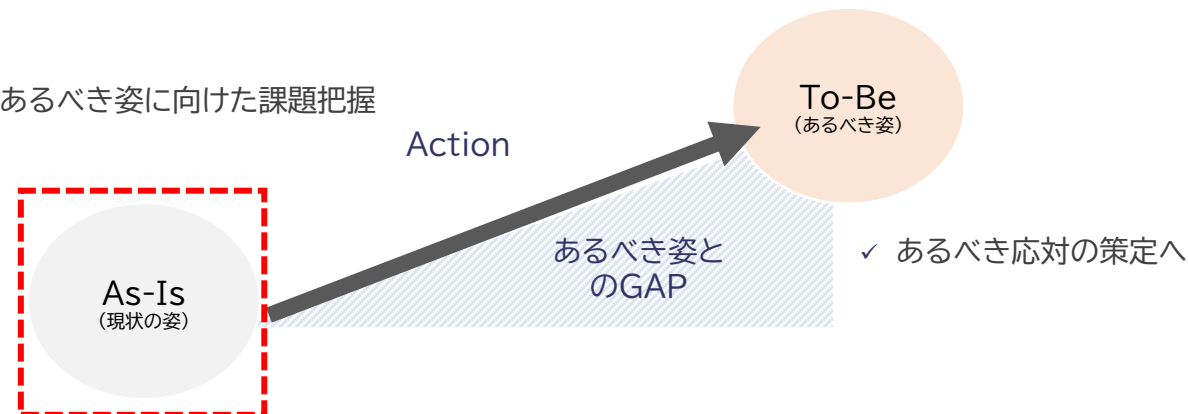
- あるべき応対の策定に向け、「現状把握」と「全体傾向」を確認するためのご支援事例です
- 評価結果だけでなく、既存の評価基準や評価ポイントに対するアドバイスも報告会の中で実施します

支援の方向性

- ✓ 「あるべき応対」を設計するための初期段階の取組み
- ✓ 第三者によるお客様視点/個人情報遵守視点での評価により
応対品質の現在地を把握

1	応対の品質の現状把握 ・ 言われたことを「正しく実践」できているか ・ 現在のセンター全体の応対品質レベルを把握する
2	評価基準の適正確認 ・ 既存の評価シートでPSDによるCX視点での評価で実施 ・ 評価基準の課題・評価ポイントを第三者視点でPSDがアドバイス

- ✓ あるべき姿に向けた課題把握



ご支援内容

実施内容

対象件数	■ 100件
評価基準	■ お客さま視点/個人情報遵守視点での評価
評価期間	■ 1～1.5か月
実施場所	■ 音声データをお預かりし「PSD評価専用エリア」で実施 ※常駐有無により調査単価が異なります
評価結果	■ 判断根拠のみ（改善・提案コメントなし） ※改善・提案コメント有無で調査単価が異なります

ご報告内容

「CX視点」の評価基準・評価方法に関する解説

既存モニタリングシートにおける各評価項目それぞれに対する「お客さまの期待」を提示。評価基準・評価方法にお客さまの期待を明文化し取り入れることがあるべき応対の策定に必要であることを解説。



弊社について



会社概要

- プロシードは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

会社概要

商号	株式会社プロシード
設立	1991年6月24日
資本金	100(百万円)
代表者	柳楽 仁史
HP	www.proseed.co.jp
連絡先	☎ 03-4223-3161
ビジョン	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
主な事業内容	✓ 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

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、日本ではプロシードが唯一の代理店として、認証・コンサルティングができる

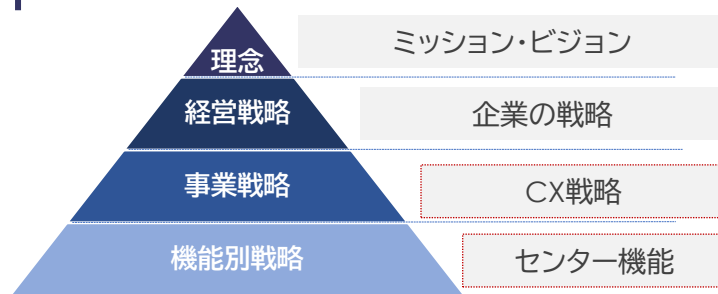
その他取り扱う国際規格



会社概要

- プロシードは、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ご支援が可能です

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

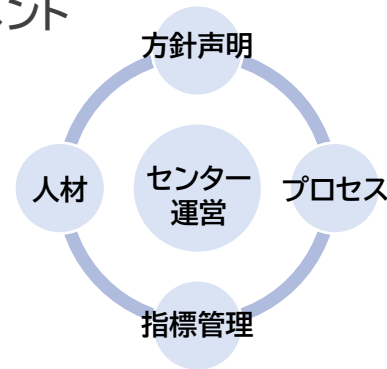
事業計画・運営KPI策定

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

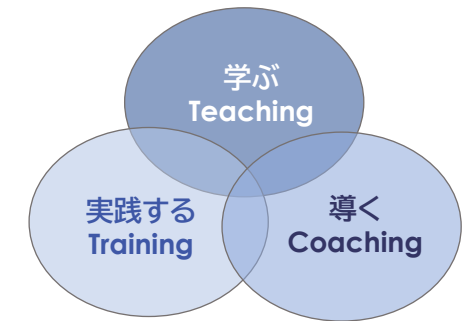
CXミステリーコンタクト

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



CX Consulting Professionals

