

HDIお問合せ窓口格付け

サポートセンター顧客サービスベンチマーキング

主催：HDI-Japan

協賛：株式会社オーケイウェブ

「お問合せ窓口格付け」について


今、ほとんどの業界で顧客向けのお問合せ窓口の重要性が見直されています。それは商品の質の競争の時代が続くのは、サービスの質の競争の時代だからです。最近多くの企業がテレビコマーシャルなどで、サポートセンターやコールセンターを前面に出しているのも、顧客がどこからでも、いつでも電話一本で各種サービスを受けられることを強調しているからです。つまりよいサービスが商品の選択肢なのです。

ところが企業の経営者はまだあまりその重要性に気がついていなかったり、顧客からどう見えているのかを理解していなかったりするケースが多く見られます。そこでHDIでは各企業のお問合せ窓口サービスが顧客から見てどのレベルにあるのか、またその業界が他業界に比べて高いレベルのサービスを提供しているのかを調べ、それぞれの企業のお問合せ窓口の質の向上に貢献したいと考えています。

サポートサービスの専門家は、いろいろな指標を使ってサポートセンターやコールセンターを評価し、改善提案を行っていますが、顧客の視点からどう思われているのかの評価はなかなか行われていません。そこで日本最大の一般顧客のコミュニティサイトを運営している株式会社オーケイウェブの全面的な協力を得て、完全に顧客の視点から各企業のお問合せ窓口のパフォーマンスとクオリティを評価し、それを格付けとして公開（詳細自社情報は希望する企業のみ）することと致しました。そしてその評価基準のベースになるものとしては、世界で唯一のHDIサポート国際標準を使用しています。またこの国際標準をよく理解しているHDI国際認定オーディタが専門家の目から、同じ指標を用いて同時に評価し、一般顧客の評価を含めて分析コメントを加えますので、評価結果に基づいた各センターの改善も図りやすくなっています。

この「お問合せ窓口格付け」が各企業、各業界、そして日本のサポートサービスの発展に繋がることを心から願っています。

HDI-Japan 代表取締役CEO
山下辰巳



以下のスライドにヘルプデスク協会
(HDI:Help Desk Institute)のカスタマ
サポートスペシャリスト
(CSS:Customer Support Specialist)
認定スタンダードを基にした、一般顧
客からのサポートセンター評価基準を
示します。

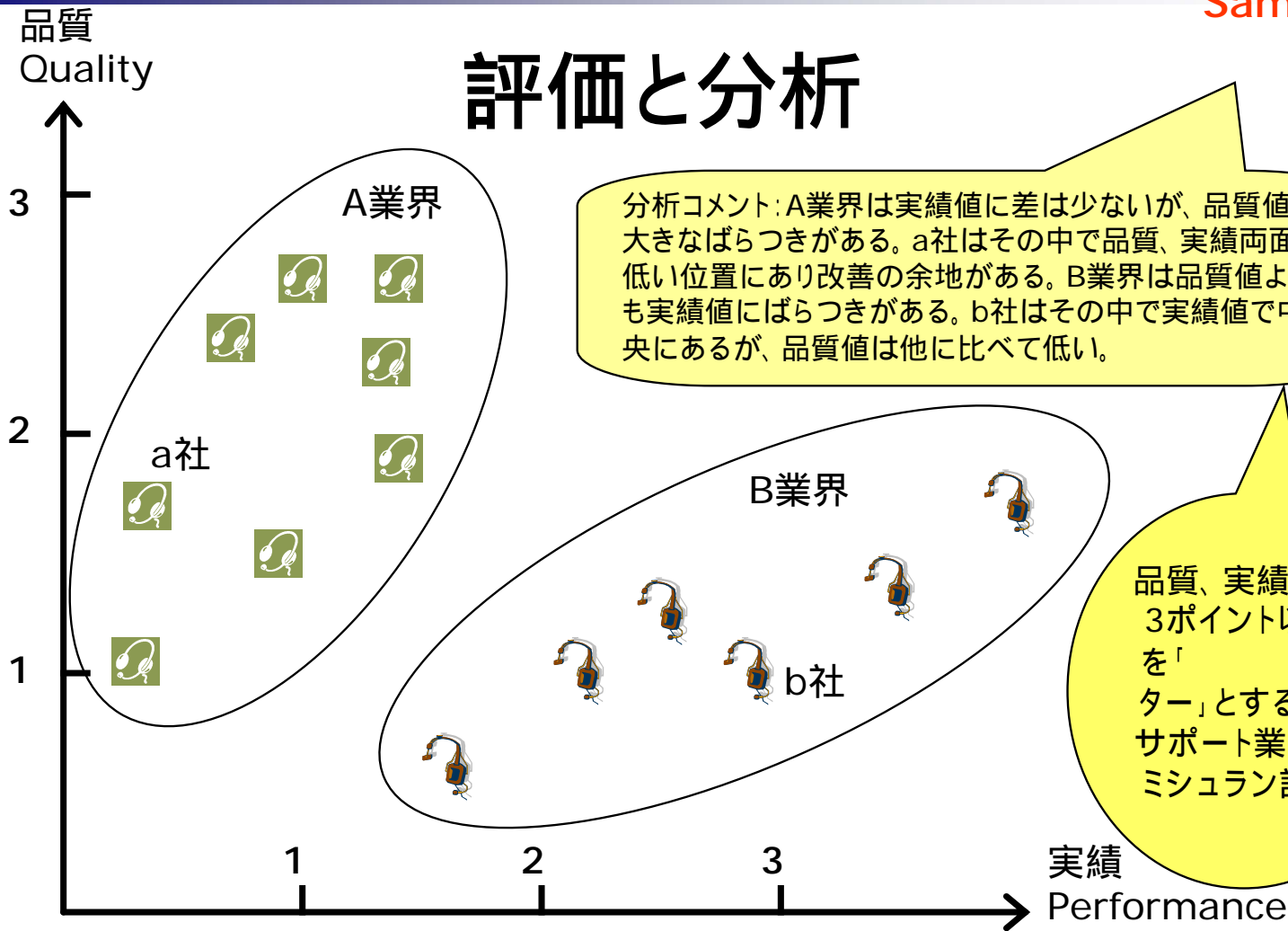
格付け評価実施方法

1. OKWebコミュニティより選抜した30名によるパフォーマンス、クオリティ各5項目の評価実施(センターにミステリーコール)
2. HDI専門評価員(HDI認定オーディタ、認定インストラクターより選抜・・・当初はコンサルティングパートナーのオーディタとHDI-Japanから山下、曾根の予定)によるパフォーマンス、クオリティ各5項目の評価実施(センターにミステリーコール)
3. 上記1、2の結果をHDI-Japanにて集計
4. HDI専門評価員によるコメント記入(評価企業ごと)
5. HDI-Japanにて業界評価を加える
6. OKWeb、HDI-Japan、マスコミ媒体を通して公開
7. 希望する企業にのみ詳細コメント(4で作成)を提供(有償)
8. 一定期間後に格付け評価イベント(シンポジウム、業界別フォーラムなど)開催
9. 一年実施後、業界別格付け評価書を発刊

格付け実施 業界別スケジュール予定

- 1月実施/2月発表： PCメーカー
- 2月 /3月 : 自動車業界
- 3月 /4月 : 旅行業界
- 4月 /5月 : 金融業界
- 5月 /6月 : 結婚相談所
- 6月 /7月 : 証券業界
- 7月 /8月 : 損保業界
- 8月 /9月 : ソフトメーカー
- 9月 /10月 : デバイスメーカー
- 10月 /11月 : 小売業界
- 11月 /12月 : 家電・携帯
- 12月 /2007.1月 : 地方自治体・公共

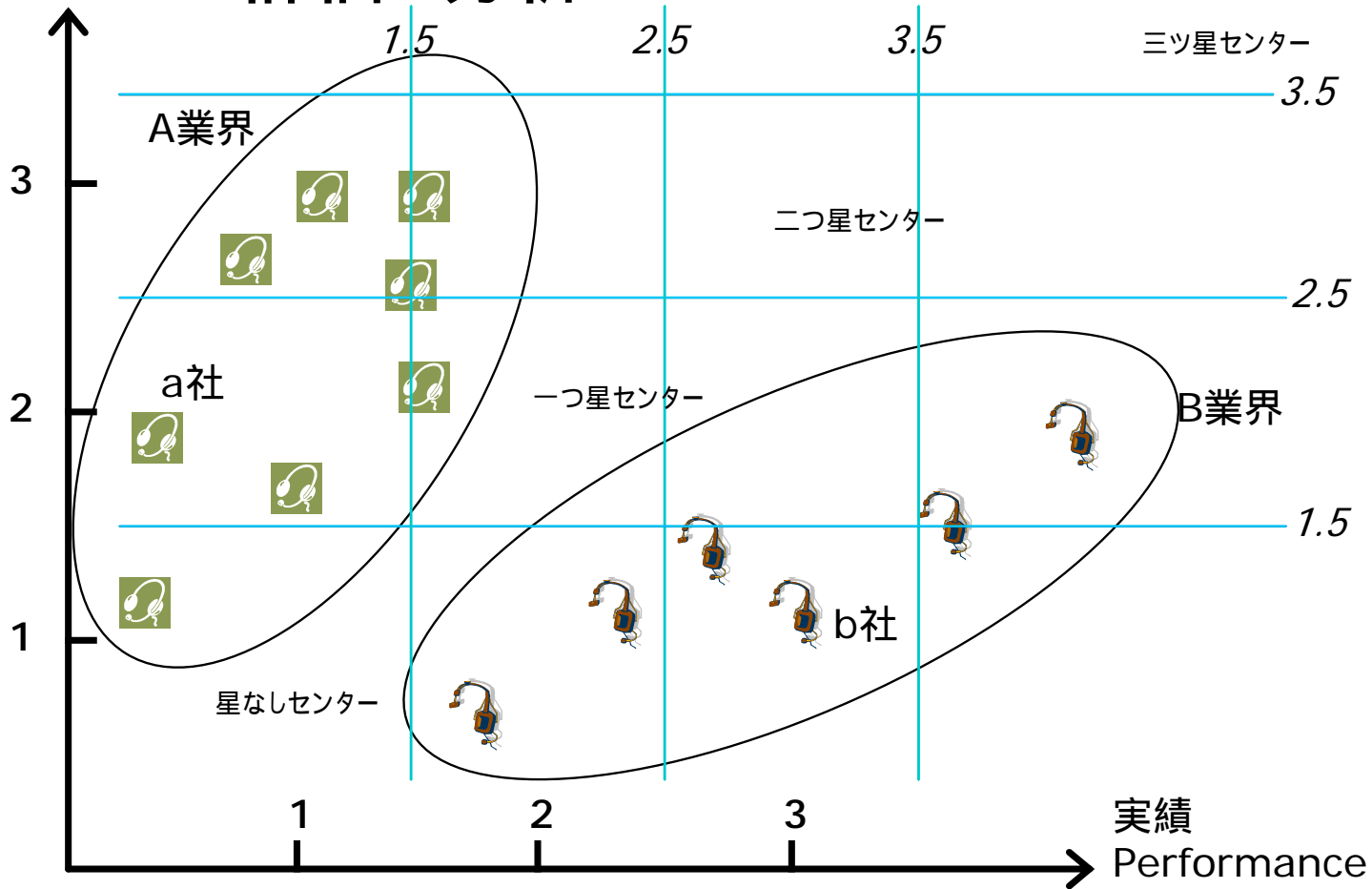
評価と分析



品質
Quality

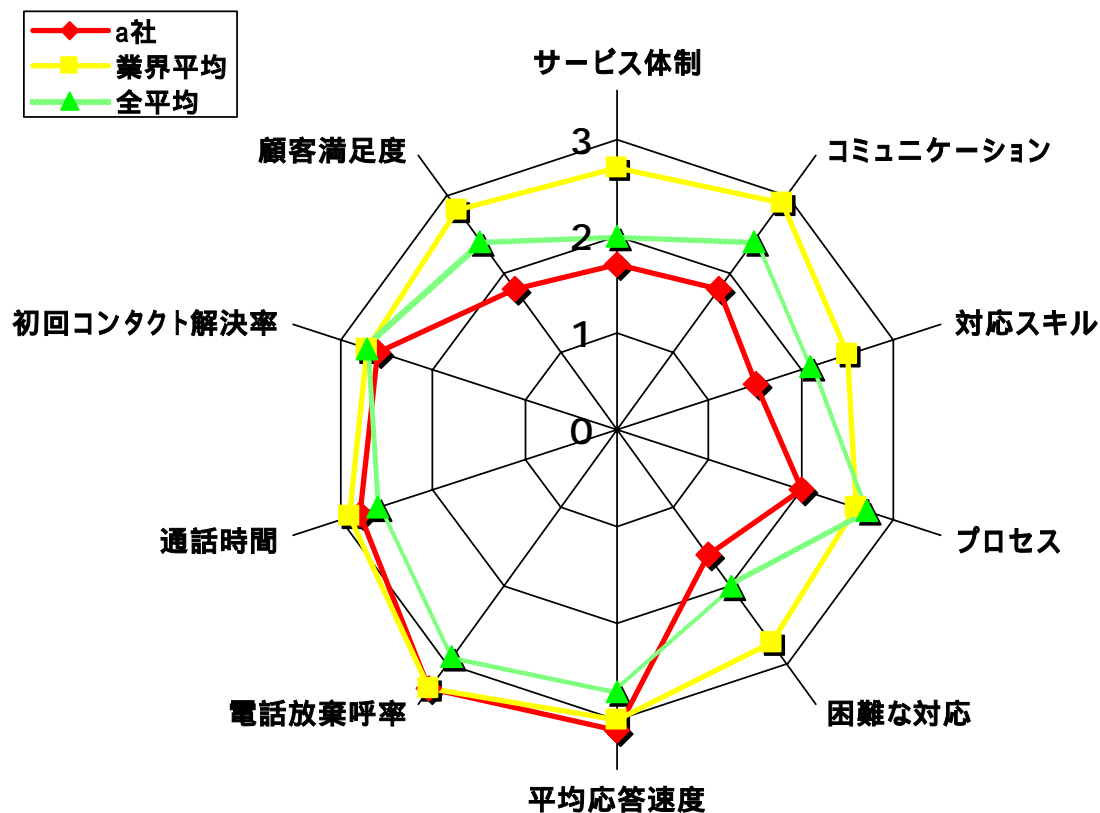
評価と分析

品質、実績共に3ポイント以上が「三ツ星センター」となる。サポート業界のミシュラン評価



サポートセンター顧客サービスベンチマーキング

a社分析結果と改善策-1



a社の結果はセンターのパフォーマンス(実績)ではA業界の平均値であるが、クオリティ(品質)ではA業界の平均および全平均を大きく下回っている。この結果が顧客満足度が低い傾向をもたらしていると考えられる。

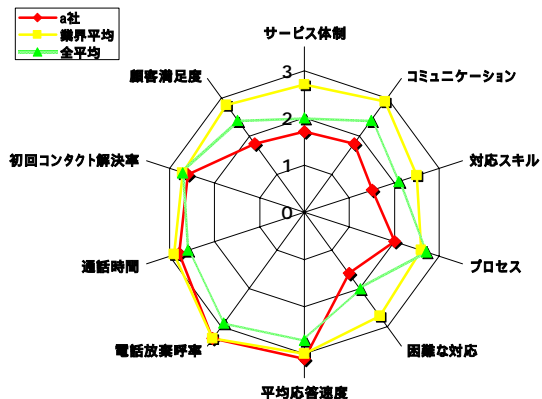
A業界では近年サポートセンターによるサービスの競争が激化している。これは顧客サービスはサポートセンターによるものという理解が顧客に定着しつつあるためと考えられ、またテレビコマーシャルなどでもサポートセンターを前面に出し高いサービスを強調するケースも多い。

良いサービスを追及する場合多くのセンターで各種測定指標(KPI)の高い目標を追い求めることが多いが、これはあくまでパフォーマンス値に過ぎず、顧客視点から見たクオリティ(品質)が上げられなければ、高い顧客満足度と顧客の定着化ははかれない。

a社センターは今パフォーマンス重視からクオリティ重視に考え方を改め、必要な対応策を実施することが急務と考えられる。特に顧客と直接接するサポートスタッフのソフトスキルの向上がポイントと考えられる。

HDI-Japan認定アナリスト

サポートセンター顧客サービスベンチマーキング a社分析結果と改善策-2



改善策実施方法:

HDI HDA/CSSトレーニングコースの実施・・・サービス品質に直結するソフトスキルを付ける

サービス品質に特化したロールプレイングの実施

コールモニタリングの評価ポイント項目をパフォーマンス(KPI)からクオリティ項目に変更し実施する

参考資料: マルコムフライ著「サポート実績からサポート品質へ」HDIフォーカスブック

- サポートセンターサービスの役割を明確にする
 - 顧客に一ヶ所の問い合わせ窓口を提供する(シングルポイントコンタクト)
 - すばやく、反応良く、一貫したサービスを提供する
 - 顧客に協力し、顧客の活動を可能な限り最高レベルで維持する
 - 顧客サービスおよび技術支援を提供する
 - 一貫した高品質の顧客サポートを提供する
 - ビジネス目的に合わせてサポート目的を推進する
- よいサービス姿勢の特徴を徹底する
 - 問題やリクエストを所有し解決をはかる
 - 進んで支援する意思を伝える
 - 前向きな姿勢を続ける
 - すべての顧客に敬意を払い礼儀正しく接する
 - 顧客への配慮に集中する
 - 顧客にサービス中は顧客のビジネスに集中する
- 優秀な顧客サービスの特徴を理解する
 - 顧客の話をよく聴く
 - 共感する
 - 顧客の要望や期待は変化することがあることを理解する
 - 具体的で計測可能なプロセスを作り実行する
 - チームの業績に報いる
 - 優秀な顧客サービスを他へも促進する
- 交渉と衝突解決スキル 衝突を低減、排除するのに適切なテクニックを習得する
 - 顧客に不満を吐き出させる
 - 顧客の話に口を挟まない
 - 共感する(顧客が激怒していなければ)
 - 敬意を表する
 - 支援を申し出る
 - 解決策を捜すか、次の手順を決める
 - 前向きな印象を残す
 - 顧客に期待を持たせる
 - 電話での衝突を記録しておく
 - 顧客の名前を使う

HDI-Japan認定アナリスト

クオリティ(品質)評価シート(一般用)1

評価の目安:「良い」と「悪い」は躊躇せず、それぞれ良い点、悪い点がはっきり一つでも見えたら、つけてください。「問題ない」の評価が多くなり過ぎないように注意してください。そして必ずコメント欄に1行でもよいので評価理由または評価コメントを記入してください。

何を質問したか(要約):

1. サービス体制について

- 一ヶ所に問い合わせれば用が足り、顧客に協力的で、すばやく反応よく対応してくれるか
- サポート提供が前向きで、進んで支援しようとしており、顧客に敬意を払い礼儀正しいか



- コメント記入欄

2. コミュニケーション

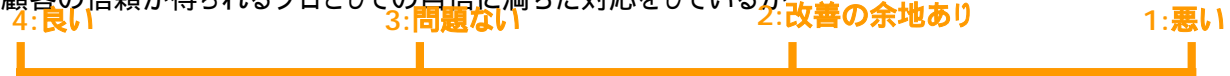
- 顧客と親密な関係を築こうとし、顧客に共感しその心理的なニーズにも応えているか
- 異文化、異業種、地域格差なども考慮し、顧客の質問の確認や質問の言い換えを行っているか



- コメント記入欄

3. 対応スキル

- 顧客の話を良く聞き、顧客の話し方にうまくあわせることが出来、また話し方ははっきりして簡潔か
- Eメール対応は、ビジネススタイルの明確で簡潔な内容で、十分チェックの後発信されているか
- 交渉や衝突時の対応は適切か
- 顧客の信頼が得られるプロとしての自信に満ちた対応をしているか



- コメント記入欄

クオリティ(品質)評価シート(一般用)2

評価の目安:「良い」と「悪い」は躊躇せず、それぞれ良い点、悪い点がはっきり一つでも見えたら、つけてください。「問題ない」の評価が多くなり過ぎないように注意してください。そして必ずコメント欄に1行でもよいので評価理由または評価コメントを記入してください。

4. プロセス(対応処理手順)

- 対応時の手順(挨拶、聞く、質問する、解決する、クローズするなど)は良いか
- 顧客に適切に状況を伝え、顧客と一緒に問題に対応しているか
- サポート対象外であっても適切な代替案を提供できているか
- 顧客の電話は適切に転送または保留されているか



- コメント記入欄

5. 困難な対応

- 感情的で怒っている顧客の対応は、顧客の話を中断しない、共感する、顧客の名前を使う、感情を吐き出させるなど前向きで適切か
- 顧客に不適切な対応をした場合には、言い訳せずに謝っているか
- エスカレーション(転送)は顧客の要望に応じて、正しく行われ、また別の人が対応している場合でもその状況が顧客に伝えられているか



- コメント記入欄

パフォーマンス(実績)評価シート(一般用)1

評価の目安:「良い」と「悪い」は躊躇せず、それぞれ良い点、悪い点があきらかに一つでも見えたなら、つけてください。「問題ない」の評価が多くなり過ぎないように注意してください。そして必ずコメント欄に1行でもよいので評価理由または評価コメントを記入してください。

1. 平均応答速度

- 電話が繋がるまで顧客が待っている時間は長すぎないか、何コールで出るか



- コメント記入欄

2. 電話放棄呼率

- 繋がらないので電話を切ってしまう顧客の発生頻度(電話を切りたくなるセンターほど悪い)



- コメント記入欄

3. 通話時間

- 必要な情報ができるだけ短時間で得られるか



- コメント記入欄

パフォーマンス(実績)評価シート(一般用)2

評価の目安:「良い」と「悪い」は躊躇せず、それぞれ良い点、悪い点があはっきり一つでも見えたら、つけてください。「問題ない」の評価が多くなり過ぎないように注意してください。そして必ずコメント欄に1行でもよいので評価理由または評価コメントを記入してください。

4. 初回コンタクト解決率

- 初回のコンタクト(1回目の電話やEメール)内で問題や依頼は解決されたか



- コメント記入欄

5. 顧客満足度

- 製品およびサービスの満足度は



- コメント記入欄

その他全体に関するコメントなど