

第 11 回アンケート結果 (抜粋)

1. 一般講演 3 : 「業務プロセスの改善による現場力の向上 – ケーススタディの紹介 –」

1. プロダクトは非常に興味があります。インターフェースにもっと色気があれば (かっこよさ)、使ってみたいという声をもっと出てくるかと思います。

ありがとうございます。ユーザの操作性や見やすさなどを考慮して、インターフェースについても改良を重ねていきたいと思っています。ぜひユーザ登録のうえ、評価版をお試しいただきたいと思っています。ご意見・ご感想をお待ちしております。

評価版の URL はこちらです。⇒ <http://www.sharefast.jp>

2. 実用化を期待します。

ありがとうございます。対象となる業種や業務を明確にして、具体的な効果をさらに実感いただけるようにご提案していきたいと思っています。

3. コールセンターなら他の業界でも使えますね。顧客情報とリンクしてお客様ごとに履歴を踏まえた対応ができると、なお良いと思います。マーケティングのノウハウとセットで提供できるといいですね。電話対応の王道パターン、スタッフが喜ぶ方法、お客様がよろこぶ方法など。

ご指導ありがとうございます。コンピュータ・システムのライセンス提供という従来のビジネス・モデルではなく、上記のようにマーケティングのノウハウや改善策などをセットでご提供できるようにしていきたいと思っています。

4. 人間のグループワークをアシストする、という視点で興味深く聞かせていただきました。

ありがとうございます。日本企業は業種を問わず、チーム内やチーム間での「摺り合わせ」を大切してきましたが、労働力人口の減少や市場の成熟化、製品・部品のコモディティ化などによって「摺り合わせ」の文化を継承するのが難しくなってきています。今後、個人だけではなく、チームとしてのアイデア創出や業務改善を支援していく活動がさらに重要になるものと考えております。

5. 化粧品メーカーについて、顧客の最適商品をテクニカルに選ぶためのシステムという点では理解できるが、オペレータの会話をマニュアル化するという点で、逆に質の低下 (柔軟性の欠落など) はあり得ないでしょうか？

ご指摘ありがとうございます。今回のケーススタディでは、「会話」という目に見えない人間の活動を視覚化することで、チーム内の気づきや知識共有を通じて、若手オ

オペレータの教材に役立つところまでを確認できました。しかし、一方で過度にマニュアル化を進めると、会話そのものが機械的になり、画一化されてしまう危険性があります。「会話」という人間味豊かな活動ですので、ご指摘いただいた点については、十分に注意すべきであると考えております。

6. 業務ワークフローの定義により、仕事の段取りがかなりスピーディーになるので、便利なツールであると思います。

ありがとうございます。視覚化されてこなかった「会話」とコールセンターのオペレータとしての「作業」がワークフローを通じて分かりやすくなったと感じております。

7. お客様からの問い合わせ内容を分類する際に、統一な基準はあるのでしょうか？
絶対的な基準というものはございませんが、今回のケーススタディでは、「化粧品」ということで、以下のように分類してみました。

- ①商品の種類（基礎化粧品やメイクアップ、ヘアケアなど）
- ②商品の特性（化粧水、クリーム、乳液、パックなど）
- ③お客様の悩み（肌荒れ、乾燥肌、敏感肌、肌のシミ、テカリなど）
- ④セールス・プロモーション（地域別・客層別のDM、カタログ、パンフレットなど）

8. ワークフローの個人差があった場合の取り扱いはどうするのでしょうか？

「会話」という人間の特徴的な活動であり、個人差があることを前提に考えておりますので、厳格な標準化やマニュアル化を意図しているわけではありません。今回のケーススタディでは、ベテラン・オペレータの会話の流れや内容、商品紹介などをチームで共有することで、若手オペレータの育成に展開できることを期待しておりました。各オペレータの個性を尊重したうえで、先輩方の豊富な知識を学ぶことが重要だと考えております。