

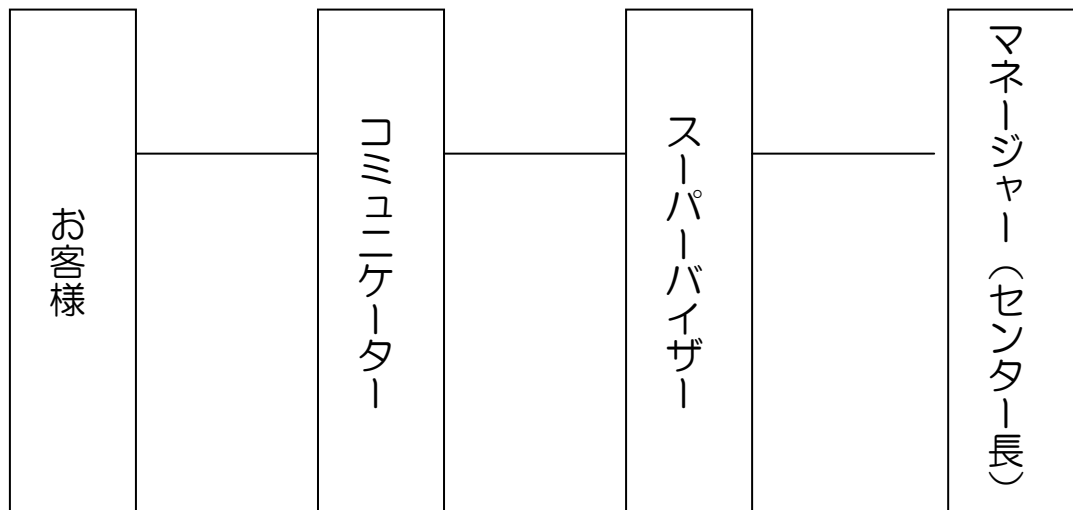
# テレマーケティング研修



# ● カスタマーセンターの役割と組織

## カスタマーセンターの役割

## カスタマーセンターの組織



### カスタマーセンターのあるべき姿

- ① コミュニケーターとしての素質のある人材の確保と育成の環境下にある。
- ② お客様中心（主体）の運営である。
- ③ 品質と効率が高いレベルでバランス良く両立している。
- ④ お客様から感謝されるセンターである。
- ⑤ サービスのレベルはコミュニケーターとシステムの両論で考えている。

# ● コミュニケーターとしての必要条件

- ① お客様に合わせたコミュニケーション力(会話力)がある。
- ② お客様のニーズを正確に理解することができる。
- ③ お客様に要件を正確・的確に理解させることができる。
- ④ お客様に要件を手順よく効率的に伝えることができる。
- ⑤ 商品(サービス)知識が十分備わっている。
- ⑥ クレームに対する応対力がある。

MEMO

# ● 品質と効率(生産性)



## 品質

### コミュニケーターの品質

- 応対についての品質…「話を聞いて得をした」「良い情報が入手できた」と感じてもらえる応対
- 業務についての品質…正確・的確に処理をする

### カスタマーセンターの品質

- 顧客満足 …カスタマーセンターのあらゆる業務に対してお客様から満足を得ること
- 従業員満足…カスタマーセンターの従業員が満足を得ること

## 効率(生産性)

### コミュニケーターの効率

- 時間内に多くの電話応対をすること
- 時間内に多くの業務を行うこと

### カスタマーセンターの効率

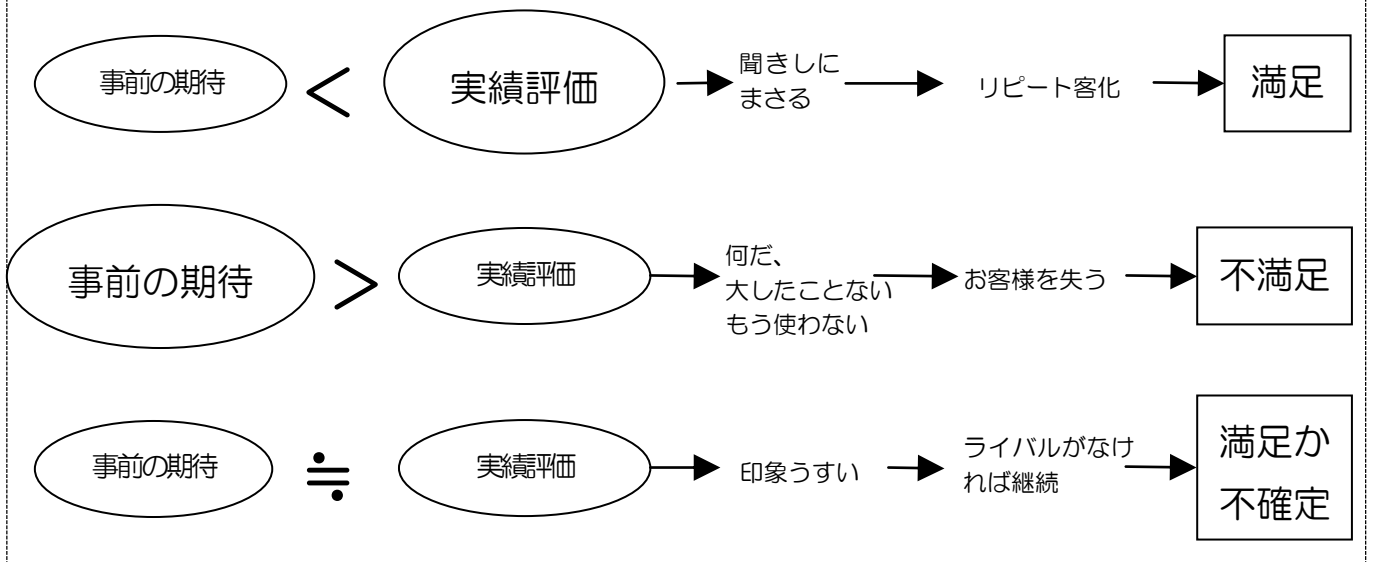
- 少ない人数で多くの電話応対をする
- 時間内に完了すべき業務を終えること

# ● 顧客満足

## 顧客満足とは

お客様の「ニーズ(顕在ニーズ、潜在ニーズ)、ウォンツ、期待」に十分に企業が応え、そしてそれ以上のサービスを提供することで、リピート・リファーマ客として継続されること

### 満足度とは「期待」と「現実」の関係



## 顧客満足による企業の影響

### 顧客が満足した場合

お客様のロイヤリティは高まり、リピート客となる。良い口コミ(リファーマ)が発生し、新たなお客様が発掘される。

### 顧客が不満を言った場合

お客様のロイヤリティは低くなり、悪い口コミが発生し今後のお客様をなくす。

## 有形部分と無形部分

