

# コールセンター SV研修

# コールセンタとは

※ 本資料は、NTTコミュニケーションズ株式会社の資料に基づき作成されています。詳細は、NTTコミュニケーションズ株式会社の資料をご確認ください。

## マーケティングとコールセンタ発展の歴史

	主なサービスの歴史	コールセンタ&テレマーケティングの歴史
1985年	<ul style="list-style-type: none"> <li>通信自由化、NTT 民営化</li> <li>フリーダイヤル「0120」サービス開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>秘書代行システム開始</li> </ul>
1986年	<ul style="list-style-type: none"> <li>伝言ダイヤルサービス開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「テレマーケティング」米国から入ってくる</li> <li>NTT のテレマーケティング子会社が設立される</li> </ul>
1987年	<ul style="list-style-type: none"> <li>携帯電話サービス開始</li> <li>ディスプレイポケットベルのサービス開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>24 時間 365 日損保会社事故受付、エレベータ保守管理など電話窓口業務、業務代行開始</li> </ul>
1989年	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報料回収代行サービス(ダイヤル Q2)開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレマーケティング啓蒙時代</li> </ul>
1990年	<ul style="list-style-type: none"> <li>フリーダイヤル通話開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>電話でのキャンペーン応募開始</li> </ul>
1993年		
1994年	<ul style="list-style-type: none"> <li>ダイヤル Q2 ジャンル別利用規制開始</li> </ul>	
1995年		<ul style="list-style-type: none"> <li>音声応答装置によるキャンペーン開始</li> </ul>
1996年		<ul style="list-style-type: none"> <li>CTI ブーム到来</li> </ul>
1999年	<ul style="list-style-type: none"> <li>次世代型公衆電話「IC カード公衆電話」導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コールセンタブーム</li> </ul>
2000年	<ul style="list-style-type: none"> <li>「フレッツ ADSL」提供開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CRM 手法の浸透</li> </ul>
2001年	<ul style="list-style-type: none"> <li>「B フレッツ」提供開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コールセンタからコンタクトセンタへ</li> </ul>

CCM 参照

## 電話サービス業に貢献した 7 つの商品サービス

①	目的にしたがってコールを分配し、コール管理データなどログデータが活用できる
②	通販などの電話受注業務では当たり前の電話帳データベース
③	機関銃のように一斉発信することができるプレディクティブ・ダイヤリングシステム
④	使われている電話かそうでないか、電話番号をクリーニングする TACS (全自動電話番号クリーニングシステム) サービス
⑤	現在、インバウンドの一次対応を行い、消費者の目的別にコールを分岐させる音声応答システム
⑥	転送サービスをする前の転送電話と転送端末
⑦	フリーダイヤルサービスとナンバーディスプレイ・サービス



## 各職種の役割

### センタのミッション



職位	役割例
センタ長	<ul style="list-style-type: none"> <li>● センタのミッションの明確化、および方針・目標の達成</li> <li>● 指標管理による全体把握と、必要な支援</li> <li>● 他部門との連携の維持・向上</li> </ul>
JOB マネージャ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 目標とする部門業績の達成</li> <li>● 円滑かつ効率的な担当組織の運営と、他部門との連携</li> <li>● 部下の育成</li> <li>● 業務改善の提案</li> </ul>
スーパーバイザ (SV)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 業務管理と環境整備</li> <li>● TSR の指導・育成</li> <li>● 応答品質の維持・向上</li> <li>● 業務支援マニュアルの完備・緊急時の対応</li> </ul>
テレアドバイザー (TSR)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 会社の顔として、お客様への一次対応 (インバウンドコール・アウトバウンドコール)</li> </ul>
サポートスタッフ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● TSR・SV のサポート</li> <li>● センタ業務の改善</li> <li>● マーケティング貢献機能の発揮</li> <li>● センタ資源（人・モノ・金・情報）の調達と有効活用</li> </ul>

# スーパーバイザの位置づけと役割

## コールセンタにおける主な役割と位置づけ

(1) クライアントからの要求を遂行する

- ① 最小限の人員、費用で一定のサービス、処理能力を維持した運営
- ② 顧客情報の機密を遵守した運営
- ③ 正確、且つ期日を遵守した報告、連絡
- ④ 顧客からの意見、要望を反映させる（マーケティング）

(2) 顧客とのコミュニケーションチャンネルに務める

- ① お客様と双方向策機能を持つツール
- ② 短時間で的確な情報、回答を提供
- ③ お客様の意見、要望を聞くマーケティングの役割を担う