



2006・8月号

vol. 26

Special
特集

C O N T E N T S



応対品質

管理指標

顧客の声

の見える化で変わる センター運営成功の法則

22 PART1[総論]
 コールセンターの運営課題からみた
 「見える化」の視点

24 PART2[ケーススタディ]
 応対品質、管理指標、顧客の声
 各「見える化」で変わる3社の先進事例
 NECフィールドینگ / 東京海上日動コミュニケー
 ションズ / 三井住友カード

30 PART3[ノウハウ]
 管理指標、顧客の声の社内への
 「見える化」推進のポイント

Key Person

6 コールセンター業界の先駆者たち
 コールセンターは役割・機能が高度化し
 第4のフロントラインからミッドフィールドー的存在に進化していく



日本能率協会コンサルティング
 CS / マーケティング事業部
 事業部長
 永川 克彦氏

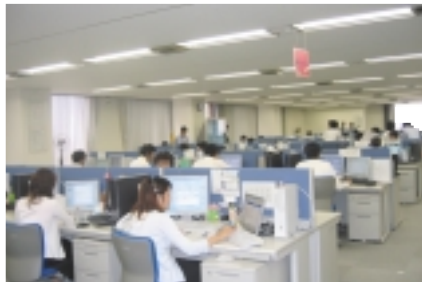
凸版印刷 商印事業本部
 トップアイデアセンター
 IT開発本部 コントラクトソリューション運用部
 部長 松本俊哉氏



40 センターマネージャーに聞く
 印刷会社が異業種のコールセンター事業に参入
 試行錯誤で運営ノウハウをゼロから蓄積

Innovation

- 42 ケーススタディ
リコー お客様相談センター
センター統合とコミュニケーターのマルチスキル化で
ワンストップのサポート・サービスを推進



News & Topics

- 68 NEWS DIGEST
- 70 CCM流 NEWS SELECTION
- 74 IT協会通信
さらに業績貢献できるセンターにするための
センターマネジメントのツボ
- 20 コンタクトセンター業界を読む！
第1回 コンタクトセンター業界の見通しの読み方
本誌編集長 菊池淳一
- 46 業界ウォッチング（最終回）
デルが宮崎に大規模カスタマーセンターを
開設した理由とは
大河原克行
- トレンド**
- 76 ビデオ・ソリューションがもたらす
コンタクトセンター最新アプリケーション
- トピックス**
- 80 ヴァイタル・インフォメーションが[®] Web Contact Center 2.0[™]
時代の顧客対応管理ソリューションのASPサービスを提供開始

「コンタクトセンター・マネジメント」は、弊社の登録商標です。
本誌記事中のシステム名、製品名は一般に各メーカーの登録商標または商標です。
記事中にはTM、®マークは明記していません。
本誌記事の無断転載を禁じます。

Know How

- 10 図説 フレームワークで斬るコンタクトセンター
第11回 KPI選定と目標値設定
OneVision 代表取締役 福留雅彦
- 12 **新連載** コールセンター改革パイロットチーム奮戦記
第1回 センター改革に向けてパイロットチーム発足へ
LCAコミュニケーションズ 顧問 鈴木 誠
- 16 いまさら聞けないコンタクトセンターマネージャーのためのマーケティング講座
第6回(最終回) マーケティング能力強化のために
エンプレックス 代表取締役社長 沢登秀明
- 82 「きく」スキルを習得する
第4回 きくスキルをお客様主導の
受け身のスキルと思っていないか？
きくスキル研究会 窪田尚子、日向和江、三浦拓馬

実践マネジメント講座

- 48 コールセンター・チェンジ・マネジメント
第2回 あるべきコールセンター像の再定義
パーチャレクス 代表取締役 丸山栄樹
- 52 センター・アイデンティティの確立に向けて
第2回 センター・アイデンティティ
構築の準備作業
金森マーケティング事務所・取締役社長 金森 努
アウトバウンド・マネジメント改革
- 56 第2回 アウトバウンドしていくための
業務が設計できていますか
日本能率協会コンサルティング CS/マーケティング事業部
チーフコンサルタント 蛭田 潤
- アウトソーサー・マネジメント入門
- 62 第2回 コンタクトセンター業務の
発注者が果たすべき役割(2)
プロシード CCSグループ
COPC認証事業ディレクター 五味康一郎
- カウンセリング知識活用法
- 66 第2回 コンタクトセンターにおける
カウンセリングの必要性
産業カウンセラー(コンタクトセンターカウンセラー) 三好加余子