

呼量予測と要員計画を大幅省力 変動激しい通販ビジネスを支える最大の武器

通信販売では、テレビ・ラジオ・チラシなど、広告出稿に伴う呼量予測と要員計画が重要だ。通販コンタクトセンター事業を展開する健康コミュニケーションズは、それまで“経験と勘”で実践していたこのプロセスにアートソフトの「ArtFront WFM (ワークフォース・マネジメント)」を採用。時間帯ごとの業務量予測、必要人数の算出、採用・育成まで連動した要員計画を立てて効率化。導入後10カ月で約2000万円のコスト削減を実現している。



健康コミュニケーションズ株式会社
統括本部長
柳澤 真一氏



健康コミュニケーションズ株式会社
コール予測責任者
乙部 有志氏

健康コミュニケーションズは、通信販売大手の健康コーポレーション(東京都新宿、瀬戸 健社長)のグループ企業で、健康食品やスキンケア化粧品などの通販・美容カウンセリングのコンタクトセンター事業を展開している。また2016年4月から、「結果にコミットする」のキャッチフレーズで知られるライザップの相談・問い合わせ窓口業務も受託。テレマーケティング・サービス事業者として存在感を強めている。

同社センターは、東京・福岡・宮崎の3拠点に計300席を展開。現在は各拠点にPBXを設置し、設定に従って入電を振り分けている。

「現在は約30社(ブランド)の業務を受託しています。通販事業が主体

です。電話を取りこぼしなく要員配置しようとすると、拠点ごとの必要人数の精査や採用計画に緻密性が求められます。従来はこれを手作業で行っていました。しかし成長過程でもあり、今後もクライアントの増加が予想されます。より効率的に要員計画を立てないと事業が立ち行かなくなります。そこでWFM (ワークフォース・マネジメント) ツールの導入に踏み切りました」と、健康コミュニケーションズの柳澤真一統括本部長は説明する。

機能性と柔軟サポートが決め手「ArtFront WFM」を採用

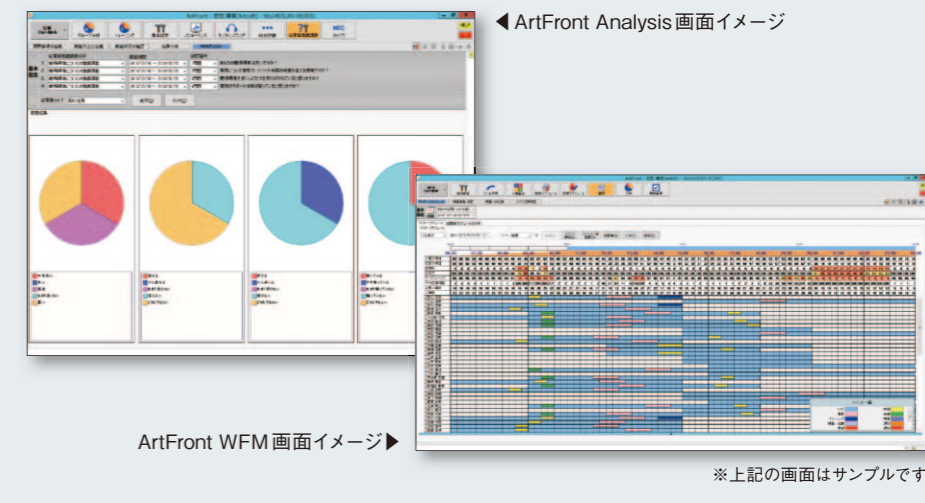
導入検討に際しては、国内で実績のある複数システムを比較。操作性

や運用効率の観点からアートソフトの「ArtFront WFM」を採用した。

「正確な要員計画にはアラン式を使えばいいことはわかっていましたが、人手で計算するには工数がかかります。アラン式を応用し、効率よく運用できるツールを検討しました。その中でArtFront WFMは、当社が求める機能を十分に満たしていました。また既存のPBX環境との連携において少なからず課題があったのですが、アートソフト側の柔軟な対応で無理なく導入することができました」と柳澤統括本部長は話す。ソリューションの機能性だけでなく導入時やその後のサポート体制も決め手になったようだ。

運用では、各クライアントから提示される、テレビ・ラジオ・チラシなどの広告出稿計画をもとにメディア事業部が呼量予測する。これをもとにコールセンター事業部で直近2~3カ月の入電データから算出した曜日・時間帯ごとの呼量変動を加味して要員計画を立てる。基本的には2カ月前に必要な人数を割り出して採用・研修を行い、実際の運用に備えている。しかし「通販の場合は放送の広告枠が急遽手配されることもあります。こうした急な変更も、ArtFront WFMですぐに再調整できますので、非常に効率的になりました」と要員計画を担当するコール予測責任者の乙部有志氏は強調する。

本格稼働は2015年5月からだが、早くも導入効果が出ている。要員計画の際に時間単位で要員数の過不足を把握できるようになったため、稼働率の適正化や応答率の向上を実現でき、受注効率もアップした。さらに、過剰な人材採用がなくなったこ



ArtFront WFM画面イメージ▶

※上記の画面はサンプルです

とで、無駄な研修工数を削減できている。また管理者の作業工数も大幅に削減できた。これらのことから、導入後わずか10カ月で約2000万円のコスト削減を実現、大きな投資対効果を生んでいるという。

WFM導入契機に抜本的業務改革 人材スキル向上で付加価値を提供

ArtFront WFMの導入を契機に、今後は抜本的な業務改革も視野に入れる。まずは、各拠点に導入しているPBXをデータセンターに集約し、1つのバーチャルセンターとして運用。要員計画もより効率化、精緻化させていく。さらにArtFrontシリーズのリアルタイム管理「ArtFront Realtime」の導入を計画。入電状況などを随時把握しながら、運用現場においても効率的な要員配を構想している。「現在は、広告出稿にともなうインバウンドと、キャンペーン企画によるアウトバウンドをブレンディングした運用で、必ずしも現場業務が整理できていると言いがたいです。リアルタイムの入電状況をもとに、管理者が配できる体制を強化したい」と乙部氏は意気込む。

また人材育成にも注力していく方針だ。柳澤統括本部長は「これまで要員計画にエネルギーを注いでき

したが、WFMの導入で効率化できました。次のステップは、削減できた工数などの有効利用です。まずはオペレータの対応品質を高めて、営業力を強化しています」と話す。実際、通販に多いサンプル請求から本製品契約への“引き上げ率”に関しては、昨年比で5%増したという。

さらにカウンセリング要員の育成も見据えている。「専門性の高い人材の層を厚くします。とくにライザップの業務では、店舗にカウンセラーがいますが、同等の機能をコンタクトセンターにも持たせたいと考えています。店舗は来店したお客様に誠心誠意対応し、コンタクトセンターは非対面でカウンセリングを行う。これにより、付加価値を高めたい」と柳澤統括本部長は展望する。

コンタクトセンターの力量は、優秀人材をいかに効率よくマネジメントできるかにかかっている。「ArtFront」は、そのカナメとなるソリューションといえそうだ。

お問い合わせ先



アートソフト株式会社
〒102-0074 東京都千代田区九段南2-3-26 井関ビル
営業部 TEL : 03-5212-4001
URL : <http://www.artsoft.co.jp/>

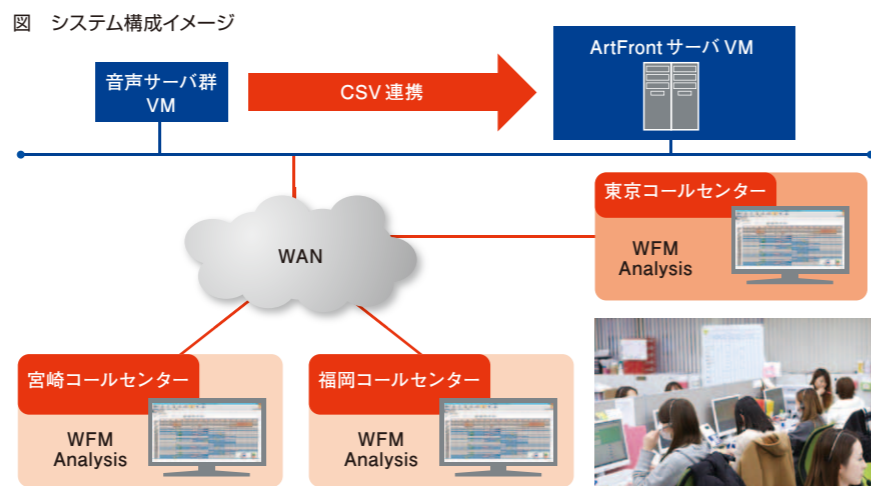
USER PROFILE

健康コミュニケーションズ株式会社
所在地: 東京都新宿区西新宿6-6-2
新宿国際ビルディング5F
設立: 2015年7月10日(健康コーポレーション株式会社のグループ会社として設立)

代表者: 代表取締役社長 瀬戸 健
従業員数: [単体]約200名(2015年7月10日現在)
[健康コーポレーショングループ: 連結]1,135名(2015年3月31日現在)

事業内容: コンタクトサービス、メールサービス、ロジスティクスサービス
URL: <https://kenkou.com/>

Kenkou Communications



東京コールセンター