

# 会話がファンを生む。 コールセンターがもたらす顧客体験

商品が良いだけでは売れない今の時代、欠かせないのがCX(顧客体験)だ。Web接客ツールが普及する中、コールセンターならではのコミュニケーションとは？株式会社キャトル・ペンシー 代表取締役 筒井大和氏にお話を伺った。

株式会社キャトル・ペンシー 代表取締役 筒井 大和 Yamato Tsutsui



トや工数はかかりますが、自由度が高く独自の戦略を立てやすいのが特徴です。ECモールと自社ECは、事業者のKPIやビジョンに合わせて、使い分けるのが理想です。

両者で決定的に異なるのが、顧客との関係性です。ECモールの顧客は自社のファンではなく、あくまでもECモールのファンです。一方、自社ECなら独自の運用やサービス提供によって顧客体験を高め、自社のファンにすることができます。コロナ禍によってECは今まで以上に身近なものになり、事業者が増えたことで消費者の選択肢も増えています。中長期的なゴールを定めて、消費者にとって価値のある体験を提供できなければ、この“EC戦国時代”は生き残れません。成功している事業者の多くは、明確な戦略とアクションをもって自社ECを成長させています。

## 真に役立つVOCは 双方向コミュニケーションに 隠れている

優れた顧客体験を提供するために必要なことを端的に言えば「コミュニケーションを取る」ことです。サイトのUI、販促やCRMなど、消費者の体験にはさまざまな形があります。その中でも顧客が価値を見出しやすい体験が、一人ひとりに対する細やかな対応です。例えば気遣いの言葉を掛

け、細やかなオーダーに柔軟に応えることで、消費者は「自分に向き合ってくれている」という想いを抱きます。その積み重ねが顧客のファン化を促進するのです。

近年ではWeb接客ツールが普及して、低コストで大量のお問い合わせに対応できるようになりました。ですが、お客様からの声は単純な内容ばかりではありません。双方向のコミュニケーションによって得られる声にこそ、真に役立つVOCが隠れています。

当社の事例で、化粧品販売の事業者様に対して「商品サンプルを送ってほしい」というお問い合わせがありました。フォーム入力で受け付けた場合だと、サンプルを送付するだけで完了です。これを電話で対応することで、会話の流れで「家族旅行のために小容量の商品がほしかった」という情報をキャッチして、人数分の商品サンプルを送ることができました。電話という手段だからこそ、提供できた顧客体験です。

こういった対応は、多くのリソースを必要とします。ルーチン業務は可能な限り自動化するなどして、そこで生まれたリソースを顧客との関係づくりにあてると良いでしょう。効率化によって得た利益を顧客に還元する。一見すると非効率に感じるコミュニケーションが、結果的にはビジネスを成長させる近道なのです。

## お客様をたらい回しにしない、 ワンストップの応答体制

先述の通り、キャトル・ペンシーはコールセンターだけでなく、あらゆるフルフィルメント業務をワンストップで受託できます。商材に合わせた物流倉庫をコーディネートしたり、運用にマッチしたシステムベンダーをご紹介するなど、コンサルティングから実務まで幅広い領域にコミットします。事業者様からすれば、バックヤードの業務は全て当社がフロントに立ちますの



で、管理を一元化できます。

この仕組みは消費者にもメリットがあります。当社のオペレーターは商品についてだけでなく、配送会社やWMS、カートの様態まで全てを把握した上で顧客対応に臨みます。1人の担当者が、お客様にその場で最適な提案をする「たらい回しにしない」体制を構築できるのです。

フルフィルメント業務を受託している健康食品の事業者様では、3年間で出荷数が約1,000件/月から約20,000件/月に増えたことがありました。商品を購入されたお客様のSNSで、当社の顧客対応について高評価を頂き、それに呼応して「自分も同様の体験をした」というお声が多く生まれたことが、出荷数が増えたきっかけでした。

## 事業者と顧客の関係を深める アナログとデジタルの融合

オンライン化が加速している今だからこそ、人同士のコミュニケーションの価値は見直されています。コールセンターを活用することは、事業者が顧客との関係性を深める近道です。その

一方でコールセンター側も、従来の電話対応・メール対応に固執しては時代に適合できません。

そこで当社では、コールセンターというアナログな手法と、オンラインのデジタルな手法を融合させたコミュニケーション環境の実現を目指しています。「関わる人の全てがハッピーになれるように」という理念に則って、お客様も事業者様もベネフィットが最大化するようなサービスを提供していきたいと考えています。変化の激しいEC業界ですが、「顧客の心をつかむこと」の重要性は変わりません。バックヤード全般をカバーできるECの知見と、コールセンターとしてのコミュニケーション能力。当社はこれらの武器をもって、EC業界の成長に貢献していきます。

**CONTACT** お問い合わせはコチラから

株式会社キャトル・ペンシー

担当:森田・西

**03-6630-2026**

(受付時間 平日9:00~18:00)

MAIL [info@quatre-pensee.co.jp](mailto:info@quatre-pensee.co.jp)

URL <https://quatre-pensee.co.jp>

