

コールセンター SV研修

コールセンタとは

※ 1985年1月1日～1985年12月31日、1986年1月1日～1986年12月31日、1987年1月1日～1987年12月31日、1988年1月1日～1988年12月31日、1989年1月1日～1989年12月31日、1990年1月1日～1990年12月31日、1991年1月1日～1991年12月31日、1992年1月1日～1992年12月31日、1993年1月1日～1993年12月31日、1994年1月1日～1994年12月31日、1995年1月1日～1995年12月31日、1996年1月1日～1996年12月31日、1997年1月1日～1997年12月31日、1998年1月1日～1998年12月31日、1999年1月1日～1999年12月31日、2000年1月1日～2000年12月31日、2001年1月1日～2001年12月31日

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

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

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