



社名：
コーセー化粧品販売株式会社
URL：
<https://www.kose.co.jp/company/ja/>

事業内容：
株式会社コーセーの100%子会社。百貨店、ドラッグストアなど国内の販売店へのコーセー化粧品の営業活動および卸売、ビューティコンサルタントによるカウンセリング・店頭販売を行っていらっしゃいます。

写真右：営業推進部 企画推進グループ DX推進課 課長
嶋 隆宏 様

写真左：櫛引 美穂 様

店頭販売員から「頼もしい存在」と評価されたロココのコンタクトセンターは、店頭販売の現場を考えた対応を徹底。

目的

- 業務を属人的な状態ではなく、横で繋がりみんなでカバーできる状況ようにしたかった
- システム導入当時はipadも今ほど普及しておらず、ipadに入れたアプリの画面操作方法などがよくわからない社員も多かった

施策

- 以上の点でロココのコンタクトセンターを使うことに決めた
- 画面操作方法など専門用語ではなく、利用者が理解しやすいように工夫してくれた
- 事業や商品、組織やサービス体制についても理解、研究してくれた

効果

- 画面操作などをわかりやすく説明してくれたため、現場でシステムを徐々に使いこなせるようになった
- 常に店頭現場を考え、実効性のある回答や提案をしてくれるので現場からの信頼も厚い
- 報告が早い、エスカレーションがしっかりしている、トラブル時の優先順も理解してくれているので、情報のタイムラグが少なく、解決がスムーズにできている

インタビュー

システム化の対応で、店頭販売員に優しいヘルプデスクが望まれた

—はじめに、弊社を採択いただく前のことで伺いたいのですが、コンタクトセンター業務でご検討された課題は、どのようなことでしたでしょうか？

お客様:コンタクトセンター様とは、いくつかの企業様とのお付き合いがありました。

平たく申し上げますと、私たちがそれほどシステムに詳しいわけではないので、コンタクトセンターの相談をさせていただいた際、事務的なお返事ではなく、専門用語を丁寧にわかりやすく返答してくださり、アットホームなお付き合いをいただける取引先様がよいと考えておりました。

—新たなシステムのご導入当時の様子をお聞かせいただけますか？

お客様:取引先様や弊社には、非常に重要なお客様情報を管理する化粧品台帳というものがあります。その台帳管理は、いままで紙で行っていたのですが、すべてシステム化するに変わることで、そのシステムの端末にipadを活用し、自社専用アプリケーションを入れて導入しました。システム導入当時はipadも今ほど普及しておらず、iphone利用者もいましたがデバイスの様々な名称や機能も含めて使い方がよくわからない、という人が多い時代だったと思います。社員も、システムや電子端末はちょっと苦手、という意識の方が大半を占めていました。更にキャスト(以下CA)といまして、店頭のメンテナンスをしていただくラウンダーの方々やビューティコンサルタント(以下BC)にも、ipadを提供することとなり、既存業務のデジタル化や紙媒体等のペーパーレス化が進んだ時期でした。現場スタッフにとって一連の転換は、しばらく大変だったと記憶しております。



業績に直結する店頭のコンタクトセンターゆえ、当社を深く理解した対応がありがたい

—世の中も大きく変化していったころ、まさにパラダイムシフトのタイミングだったのですね。そこで弊社のコンタクトセンターを採択いただいたのは、どのような点でしたでしょうか？

お客様:先ほど申し上げたように、デバイスの名称とか画面の操作ですとか、丁寧に話していただけのが一番よかったと思います。

今では多くの人に通じる言葉かもしれませんが、当時はシステムのことを問い合わせると、得てしてシステム用語が出がちでした。利用者が理解しやすいように、様々な工夫をしていただいていたのかなと思っています。現場では、システムの説明に費やせる時間も限られていたのですが、お陰様で徐々に使いこなせるようになったのだと思います。

— 端末操作の他に、弊社のコンタクトセンター対応で気になられた点はございましたか？

お客様:私の感想としては、導入当初からすごく順調だったと思います。弊社の事業や商品、さらには組織やサービス体制も理解、研究いただいていたので、その点はとてもありがたく感じています。また当時、操作説明動画も作りましたが、その動画も口ココの皆さんにはご協力いただいて、そういう意味では一体感をもって取り組むことができた点も、よかったと思います。

— 今まで伺いました導入当時のことと比べて、現在はいかがでしょうか？

お客様:おそらく、御社の現場のリーダーの方がすごく勉強熱心で、かつスタッフの皆さんをリーディングされているのだと思いますが、現場の接客シーンをイメージして推進いただいているのが伝わってきます。ですから、困ったことなど、これまでにはないですよ。むしろ、最初から御社でよかったなと、ずっと思っています。私自身、BCとして勤務していた経験がありました。その際、ロココさんのコンタクトセンターに電話したことがあるのですが、もう、100%完璧です(笑)。店頭で分からないことがあったとき、現場優先で、いつも迅速に”現場のこと”を考えて回答いただけます。最近では、こちらに問い合わせがあっても、「困ったら、ロココさんのコンタクトセンターに聞いてみてください。」と回答するのが通例となり、頼りにしっぱなしになっています。

— 実は、そのリーダーは御社の大ファンです。消費者目線を持ちながら、御社の対応をさせていただいていることが、ご評価につながったのかと思います。

お客様:接客の現場はお客様と接するその瞬間がとても大切です。店頭や会社の事情をよく把握し、迅速に汲み取った対応をしていただけるのはさすがプロの仕事だと思います。常に店頭現場を考えていただき、実効性のある回答や提案して下さるのは、やはり全体を見て動いてくださっているからだ実感します。



店頭販売員の評価は、“ロココは頼もしい存在” コンタクトセンターをはじめ、今後も進むデータ化構想に協力して欲しい

— 最後に、弊社へのご意見、ご期待をいただいていることがございましたら、お願いいたします。

お客様:ロココさんのコンタクトセンターのご担当者は、店頭の情報と深く接し、現場が見えていらっしゃるのかと思います。報告が早い、エスカレーションがしっかりしている、トラブル時の優先順を理解されているので、情報のタイムラグが少なく、解決がスムーズです。取引先様やBC、CAが、とても安心して業務をこなせているので、パートナーとして本当に頼もしく感じています。

— ありがとうございます。弊社全体では、いかがでしょうか？

お客様:今後は、現在当社が進めております様々なデータ構想を実現させるため、コンタクトセンターでの情報をデータ化して、マーケティングに活かしたいと思っています。ご紹介いただいているServiceNowもそうですが、お客様データベースを活用した施策を一緒に考えていただければと思います。

— コンタクトセンターの現場を大変高くご評価いただいた一方、これからの課題も頂戴できました。IT総合サービスを行っているコンタクトセンターという、弊社全体のご評価をいただけていることもうれしく存じます。今後も引き続き、提案型のサービスのご提供を継続させていただきます。本日は、多くのコメントを頂戴し、ありがとうございました。

ご導入いただいたサービス： コンタクトセンター(ヘルプデスク サービス)

ロココのカスタマーサービスは15年以上の実績があります。コンタクトセンターが抱えている課題に対し、その中で培わせれたベストプラクティスを提供いたします。

製品・サービスの詳細は下記URLよりご覧ください。

<https://www.rococo.co.jp/solution/bpo/callcenter/>