



中島 健

株式会社スカパー・カスタマーリレーションズ

DX推進部



## 毎朝、前日のKPIを自動配信する目的（前半）



中島 健 株式会社スカパー・カスタマーリレーションズ DX推進部

2023年02月09日

こんにちは。

スカパー・カスタマーリレーションズ DX推進部 中島です。

コンタクトセンターで、プロダクトマネージャーをしています。

コンタクトセンターアワード2022 審査員特別賞について、お話します。

### ▼ 目次

- 1. 毎朝、数字を見る目的 .
- 2. データ管理のタイムパフォーマンス .
- 3. お客様を数えるロジック .
- 4. 分析は、準備が9割 .

## 1. 毎朝、数字を見る目的

昨日、何が起きていたのか、**センター全体が見えれば、打ち手が分かる**。朝一、前日の状況を把握できていることが、**高品質なセンター運営**を支えていると、私たちは考えております。

こちらは、私たちのKPIレポートです。

## 日次レポート

I_入電状況		※ お客様ID数は、NTTダイヤル別には存在しない為、ダイヤル別スキル着信比率を元に、スキル別							
カテゴリ	項目	1 金	2 土	3 日	4 月	5 火	6 水	7 木	
全体	お客様ID数	計画	16,281	12,858	8,108	6,366	5,545	5,159	5,171
		実績	17,603	10,777	7,338	6,320	6,184	5,469	5,333
		計画比	108.1%	83.8%	90.5%	99.3%	111.5%	106.0%	103.0%
	NTT入電数	計画	38,477	19,922	11,531	8,527	8,421	7,631	7,361
		入電倍率	2.13	1.81	1.54	1.32	1.34	1.37	1.31
	着信数	計画	33,122	24,263	12,278	8,084	6,986	6,743	6,733
		実績	30,632	16,782	10,458	7,792	7,615	6,972	6,673
		計画比	92.5%	69.2%	85.2%	96.4%	109.0%	103.4%	99.1%
	応答数	計画	9,759	8,488	7,133	6,975	6,288	5,744	5,721
		実績	7,955	6,532	6,077	6,911	6,307	5,882	5,541
		計画比	81.5%	77.0%	85.2%	99.1%	100.3%	102.4%	96.9%
	応答率	計画	29.5%	35.0%	58.1%	86.3%	90.0%	85.2%	85.0%
		実績	26.0%	38.9%	58.1%	88.7%	82.8%	84.4%	83.1%
		計画比	- 3.5pt	+ 3.9pt	+ 0.0pt	+ 2.4pt	- 7.2pt	- 0.8pt	- 1.9pt
	サービスレベル達成率(30秒以内)	計画	6.0%	10.6%	15.6%	70.2%	52.6%	57.3%	50.8%
お客様ID応答率		51.4%	64.2%	78.7%	93.9%	90.0%	91.5%	90.9%	
CSR生産時間	計画	2,224	2,056	1,939	2,071	1,912	1,763	1,731	
	実績	2,212	1,940	1,882	2,015	1,921	1,780	1,721	
	計画比	99.5%	94.4%	97.1%	97.3%	100.5%	101.0%	98.9%	
プーリング 相談 / 方針変更	お客様ID数	計画	15,233	11,933	7,335	5,591	4,799	4,420	4,441
		実績	16,023	9,725	6,483	5,530	5,345	4,698	4,551
	計画比	105.2%	81.5%	88.4%	98.9%	111.4%	106.3%	103.4%	
	NTT入電数	36,215	18,584	10,404	7,505	7,326	6,645	6,411	

### 全体を見るポイント

1. お電話をくださった**お客様は何人？** 予定通り？
2. お客様をすぐにお繋ぎできた？ どのくらい**お待たせした？**
3. **オペレーター**を、予定通り**配置**できた？ **効率**も予定通り？
4. お客様の**お問合せ傾向**は、想定通りだった？

各会社ごとに、KPIに僅かな差はあるかもしれませんが、全体を見るポイントは、教科書に則って、大きな差はないものと思います。

ただ、今見ている数字は、**本当に、センター全体を映している**でしょうか。

こちらは、サービスの拡大に伴い担当者が多様化していった概念図です。

	加入	維持	解約	直販	代理店
スカパー	担当A	担当B	担当C	担当D	担当E
プレミアム	担当F	担当G	担当H	担当D	担当E
プレミアム光	担当I	担当I	担当I	担当D	担当E

担当 A～I は、日次レポートを見ています。

**自分の担当範囲**は、しっかり管理しています。

でも、誰がセンター全体を見ているのでしょうか。

そもそも、**センター全体が見える仕組み**に、なっているのでしょうか。

### 数字を見てのアクション

(例) 入電が計画以上 → オペレーターの**増席**、  
他業務から**受信業務へのスライド**を判断

(例) 入電が計画以下 → オペレーターに**研修実施**、**早帰り募集**

毎朝、数字を見るのは、**人（オペレーター）を動かす**為です。

見える範囲が広い方が、打ち手の効果が大きくなるのは明らかですが、

誰かが、**意図的に設計**しなければ、センター全体が見えないのも事実です。

## 2. データ管理のタイムパフォーマンス

設計、と言いましたが、ニュアンスとしては、自分たちの**技術力とスピード感**を把握して、最も**容易にすぐできることを判断するチカラ**が必要、と言った方が、近いかもしれません。

前回は触れましたように、コンタクトセンター運営に関わるシステム、データ、分析の**組合せは無限大** ∞ です。「全体が見えるシステムを開発しなさい」というだけでは、**過剰で無用なモノ**になってしまう。

「導入する各システムには、標準レポートがありますよね？」

はい。もちろん、標準レポートも活用します。

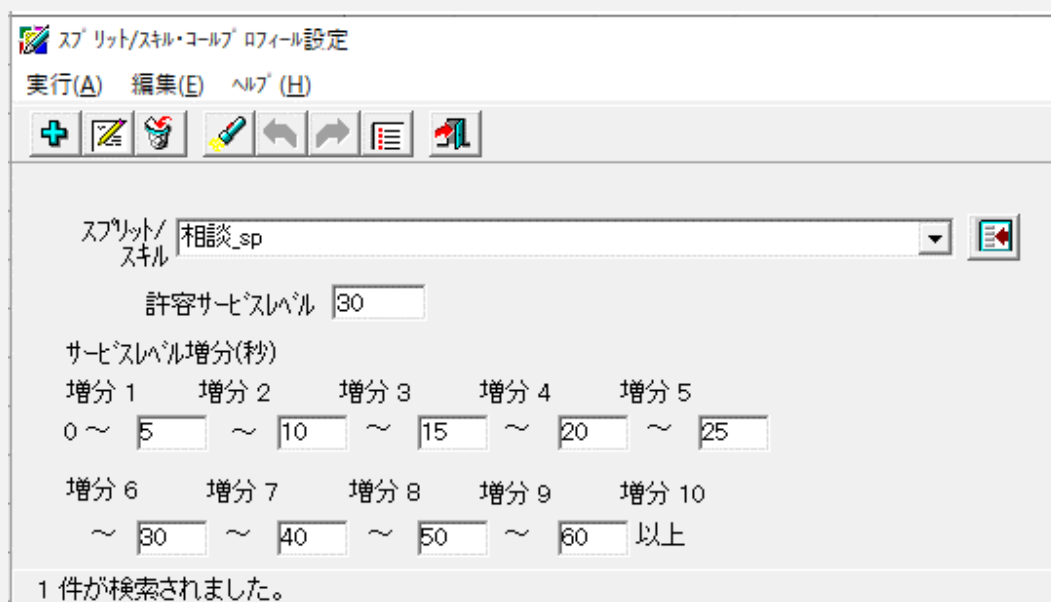
ただ、標準レポートは、どちらかと言うと、現場のSVが、10名前後のオペレーターを管理するのに最適化されているケースが多いので、**できることが限定的**です。

### 標準レポートの限界

時間	イバウト件数	ACD時	イバウト途中放棄時	その他の件	平均イバウトトラク占有時間	イバウトOGS	アバウトコール	アバウト
合計	1757	1748	0	0	1:18	1375.83	0	0
09:30 - 10:00	152	151	0	1	1:19	119.46	0	0
10:30 - 11:00	154	154	0	0	1:20	123.50	0	0
11:30 - 12:00	161	159	0	2	1:18	125.99	0	0
12:00 - 12:30	96	95	0	1	:58	73.80	0	0
12:30 - 13:00	59	59	0	0	1:52	47.62	0	0
14:00 - 14:30	343	342	0	1	1:15	265.38	0	0
14:30 - 15:00	7	7	0	0	1:56	.42	0	0
15:00 - 15:30	146	146	0	0	1:24	122.49	0	0
15:30 - 16:00	158	156	0	2	1:17	121.68	0	0
16:30 - 17:00	152	151	0	1	1:18	118.56	0	0
17:00 - 17:30	329	328	0	1	1:18	256.63	0	0

#### ①センター全体の数値をまとめるには 複数のレポートからデータ抽出

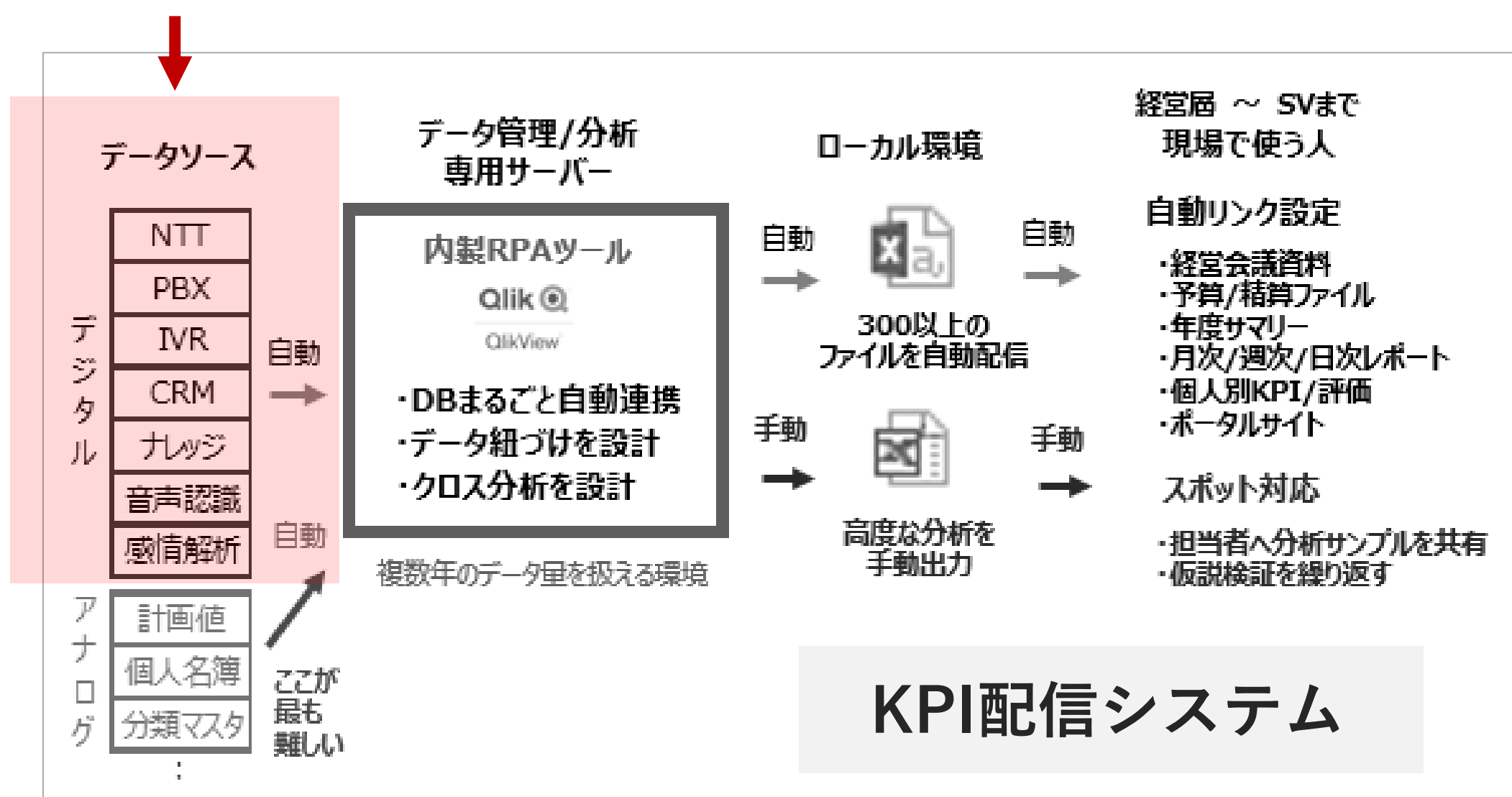
- 自動化の設計が複雑
- 自動化の管理が煩雑
- **自動化しても翌朝に間に合わない**



**②分析の基準値を  
事前に決めておく必要があり  
仮説検証の効率が悪い**

- 許容サービスレベルを30秒に設定
- 30秒を満たしたかは分かるが
- 60秒だったらどうだった？は分かりにくい

その為、私たちは、各システムの標準レポートからデータを収集するのではなく、各システムの**データソースから、直接データを自動連携**する仕組みにしています。



**KPI配信システム**

10年前には、こんなことがありました。

当時スカパー！では、電話番号が200回線以上ありましたが、NTTからデータを取得するには、**1回線ずつ、手動でWEBサイトから、ダウンロード**する必要がありました。

毎朝、営業開始前までに、200回線以上の電話番号に紐づく、すべての前日データを収集するには、**誰かが毎日2時間かけて、手動で作業**するしかない。

「お電話をくださったお客様は何人なのか？」

その全体像を把握する為には必要な作業ですが、その為に、毎日2時間、人がダウンロード作業をする、というのは許容できない。これは**機械に任せるべき仕事**。

10年前はまだ、RPAという言葉はありませんでしたが、**今で言うRPAツール**を導入して、夜間に機械がダウンロードする仕組みを整えました。

次回、「毎朝、前日のKPIを自動配信する目的（後半）」に、続きます。