

ホスピタリティ重視の異業種に学ぶ CXを支える「EX向上」の秘訣

基調講演には2日間で、200人を超える聴講者が足を運んだ。

初日は、「スタバ流“感動体験”を生む人財育成と定着する組織作り」と題し、トリプル・ウィン・パートナーズ代表の目黒勝道氏が登壇。ホスピタリティの高さで知られるスターバックスコーヒーで辣腕を振るった人材育成や組織マネジメント論から、コールセンターの課題解決につながるヒントを解説した。

スターバックスのブランドを支えるには、ホスピタリティを持つスタッフの対応が欠かせないことを強調。「Just Say Yes!」のスローガンのもと、顧客へ最大限に応えることを常に考えて、スタッフが働いていることを説明した。

目黒氏は、「店舗にはマニュアルもないため、自身が考えて行動することになります。自発的な行動と現場の権限こそ、顧客が満足



トリプル・ウィン・パートナーズ 代表 目黒勝道氏

する“感動経験”を創出する源泉」と話した。従業員の多様性を認めるとともに、現場を信頼することで、個々が考えるボトムアップ型の組織が醸成できる。コールセンターが課題とする、“自立した人材による自律組織”づくりへのヒントとなりそうだ。

非常時に欠かせない トップからのメッセージ

対談形式で進めた2日目のテーマは、「withコロナの“おもてなし”と“感動”ホテルマネジメントに学ぶEXとCX両立の手法」。オークラニッコーホテルマネジメントで、運営支援本部運営企画部副部長を務める清水絵里氏の解説と、本誌編集長の矢島竜児による質問で構成した。

各調査機関で、CS向上への取り組みが高評価を受ける同社だが、経営面ではコロナ禍で厳しい状況に置かれた。それでも、顧客のア



オークラニッコーホテルマネジメント 運営支援本部 運営企画部 副部長 清水絵里氏

ンケートから“スタッフの見送りがなくて寂しい”といった声を抽出。清水氏は、「接触を極力減らすことが最善と考えていましたが、実際にはスタッフからのおもてなしを期待されていました。そこで、安全に配慮しつつ、各所に人を配置するなどの改善しました」と逆境でのCS向上策を話した。

従業員に対しては、会社からのメッセージをこまめに発信。雇用や給与の維持などの施策を講じて、満足度を上げた。しかし、「時間が経つにつれ、従業員が離職したことでの人手不足が生じています。仕事量の増加、顧客に十分なサービスが提供できないといった声に応えることが重要です」と現状を語った。

コールセンターも、非常時はセンター長やSVのみでの判断は厳しく、経営からのメッセージは欠かせない。異業種から学ぶべき点の多い2日間となった。



対談形式の2日目は、本誌編集長の矢島が聞き手を務めた