



Best Customer Support
of The Year 2023

特別賞(リスキリング)

DHL ジャパン株式会社

デジタル時代だからこそ「人」で違いを生み出すカスタマーサービス

同社では、オンラインツール、チャットボット、オムニチャネル化の推進により、集荷依頼・見積もり・荷物の状況確認などの簡単なご依頼の電話は減少し、改善が進んでいた。一方で、越境 EC の普及により貨物量が増大し、しかも個人のお客様からの問合せが増加した。従来の BtoB のお客様であれば、業務として行っており、そのための知識もお持ちであったが、個人のお客様の場合、輸出入全般に関する知識、例えば輸入関税の知識がない、そしてそもそも DX ツールの取り扱いに不慣れということもあり、従来の BtoB のお客様とは違った必要なことをすべてから案内するような対応が求められるようになった。そのため、アドバイザーは多様で複雑になった問合せへの対応に苦慮し、仕事満足や顧客満足に関する従業員満足度スコアの低下が課題となった。

そこで、同社では、対応品質向上への新たな取り組みとして、「お客様に寄り添い、お客様の心に残る対応品質で、お客様に安心していただけるサービスを提供する」という方針をかかげ、(1)目指す対応の見える化①寄り添う対応のための KPH (Knowledgeable 業務知識が充分と感じる対応、Polite 丁寧な対応、Helpful 親切な対応) ガイドライン策定、②サービス感度を磨く取り組み、③KPH コンペティション、(2)シニアインターンシップ活用、(3)アドバイザー主導の対応品質向上活動に取り組んだ。

(1)目指す対応の見える化では、個人のお客様期待を踏まえ、あえて KPH への重点化をした上で、正解志向ではなく、お客様一人ひとりの期待を察知し、最適な対応が実現できるように、KPH の視点から対応品質を評価し、相互アドバイスをを行っている点が評価できる。

(2)シニアインターンシップ活用では、カスタマーサービスの経験豊富な外部の視点を取り入れることで、気づきを増やす取り組みがユニークである。

(3)アドバイザー主導の対応品質向上活動では、各チームからファシリテーター(経験の浅いメンバーの登用含む)を任命し、相互研鑽の体制をつくった。

このような取り組みによって、仕事満足・顧客満足に対する従業員満足度のスコアが大幅に向上した。

本取り組みは、お客様構成の変化によって、従来は通用していたスキルで対応出来ないことによる従業員満足度の低下という課題に対して、不足しているスキルを素早く把握し、個人のお客様に合わせた対応重点を決め、その向上に取り組み大きな成果を上げていることから、特別賞(リスキリング)に値すると考える。

今後は、顧客満足向上への貢献実感が従業員満足向上につながったということではあるが、組織運営等その他の要因を把握するとともに、「サービス感度向上」をキーワードに、正解志向ではなく、一人ひとりの気づきの視点に焦点を当てた取り組みによってさらにレベルアップすることを期待する。