



## 特別賞(組織風土改革)

セゾン自動車火災保険株式会社

「ツナガルスピリット」の浸透により実現する「心地よい顧客体験」

通販型(ダイレクト)損害保険事業を担うセゾン自動車火災保険株式会社のコンタクトセンターでは、お客様の「心地よい体験」を生み出していくため、必要な時に最適な方法で最適なサポートができるパートナーであることを目指して活動をしている。コンタクトセンターを取り巻く環境が大きく変化している中で、今回は「現場でデジタルを活用した改善に挑戦」と「新たな業務へのチャレンジ」をテーマに取り組みを行った。

「現場でデジタルを活用した改善に挑戦」では IVR を抜本的に改善してお客様を適切な回線へ誘導するようになったこと、コールリズン分析によってセルフ解決ツールの改善を実施。また「新たな業務へのチャレンジ」では FAQ の改善やトップラインにこだわった改善、ミルフィーユトレーニング実施、マルチスキル対応の各施策に取り組んだ。これらの施策は新たな顧客接点の創出に繋げている取り組みになっていること、受電率と生産性、応対品質に関わる各指標の前年度比がアップしたことは成果である。

一方課題と感じたのは、各施策が成果目的になっており、お客様への影響を十分に考慮されているとは言い切れない。お客様の満足度向上を目的に取り組んだことが収益化ならびに成果へ繋がってくることを理解し、よりお客様の影響を考えた取り組みを検討いただきたい。

ただ今回はこれらの取り組みよりも、取り組み前の風土作りがより評価される内容となっている。その風土作りでは、まず各現場の現状を把握するため健康診断(エンゲージメントサーベイ)を行い、MY パーパスの策定とストレングスモデルを利用してキャリアビジョンを描き、1on1 ミーティングを通じて社員が自発的な意欲を引き出して組織力向上につなげることを実践している。この組織風土改革により業務効率化を推進し、現場へ方針を伝えながら自ら考え行動する取り組みであるため、特別賞(組織風土改革)と評価した。

今後は導入したデジタルを最大限に活用して必要な人に必要な情報が見られるようにすること、オペレーションの標準化によって業務改革を行うことを計画しているが、良い風土作りが出来ているのでそのまま継続して、目指すべき真の CX が実現することを期待する。