

注目企業 (株)エスクリ

# 一元管理で新規来館希望者の熱をさまさない エスクリ独自の「コールセンター」設営

(株)エスクリ ソリューション事業部 チーフ 小澤弥生氏

ウエディングプランナーの実務は多忙だ。新規接客に始まり、打ち合わせ、注文品の発注と確認、そして新企獲得のための資料請求希望者への発送とフォローアップ、来館希望やフェア来場希望の電話応答などなど、多様な業務をこなしていかなければならない。多忙の中、ついつい見逃しているのが新規来館への誘導強化。そこに目をつけたのがエスクリだった。

## わずか3カ月でコールセンター設置

エスクリ(東京都港区、岩本博社長)は2010年9月より、新規顧客対応を目的とした「コールセンター」を設置、現在、全国11施設のすべてを12、13名の専門スタッフで対応している。

コールセンターが発足した背景は、施設ごとの新規顧客に対する対応のばらつきを解消することにあった。新規来館希望者への対応がベテランと新人との経験値や対応力の差により異なったり、接客や結婚式の準備でいそがしいときの電話対応の不備、そして資料請求者に対するフォローアップの遅延など、機会損失をしている現状があった。

この現状打破を目的にわずか3カ月の期間で立ち上げ、当初は4名のスタッフで運営をスタートした。

「私はもともと名古屋の施設でウエディングプランナーを勤めていたのですが、社長より“電話対応がすばらしいからコールセンターの立ち上げにかかわってほしい”と言われ上京した次第です」(小澤弥生チーフ)。

新規事業はともかく、右も左も分からない東京の生活と、対面の職場から裏方へ回ることへの抵抗感は若干あったものの、“電話対応が良くて来館されました”という声がプランナ

ーからの報告であがってくるほどに楽しさを感じ始めたという。

## 資料請求のフォローアップで 20%が来館

実際、資料請求希望者への来館率は3%程度だが、コールセンター機能を設けてから20%にまで飛躍している。現在は全国11会場を網羅しており、一日平均にすると30~50件だが、週末や季節により一日で100件を超える電話応対をしている。直近の来館者からの問い合わせや、逆に遠方からの場合、先の連休を活用して施設見学にいきたいなどの要望はあるという。

コールセンターでは全施設の空き状況や、個々のプランナーの打ち合わせスケジュールなどが、一目瞭然に分かるシステムが導入されている。地域、希望日などのヒアリングを通して、より成約率を高めるためのプランナーアレンジと予約確約を行なっている。

「南は福岡から関西、名古屋、そして東京まで、全国各地のお客さまからお電話をいただきます。当初は大阪弁や福岡弁など、ご当地の言葉をしなくてはいけないのかな? と思いましたが、ごくごく標準語でき



ちんと対応することがベストであることが分かりました」(小澤チーフ)。

## スタッフの大半は ウエディング未経験者

コールセンターの人材はウエディングの未経験者が大半を占めている。業界のことをしらなくとも研修や先輩スタッフの対応を見聞きする中で、業務対応できようになるという。

「ウエディングの経験がなくとも、ウエディングの仕事にたずさわることができる魅力があるようです。下積みが必要なプランナーを経験しなくても、これから結婚式を考えているお客さまの幸せにあふれた声を聞き、スタッフ自身も幸せな感覚にもなれます。また自社の施設見学研修でも、目新しさもあるため感激度が高く、業務におけるモチベーションがアップしているようです」(小澤チーフ)。

今後は自社施設以外でのコールセンター提案なども行ない、新規顧客をのがさない効率的な経営支援を行なっていく考えだ。