

2021年9月13日

## 『テレビ通販コンタクトセンター診断』サービス開始

提携コンタクトセンターで実施した200社以上の支援実績によるデータとノウハウを活用し  
お客様が運営するコンタクトセンターのコンディションを無料で診断いたします

ダイレクトマーケティング企業を支援する株式会社トリステージ（本社：東京都港区、代表取締役社長：倉田 育尚、以下、当社）は、この度、当社の提携コンタクトセンターでこれまで実施した200社以上の支援実績によるデータと専門チームのノウハウを活用し、テレビ通販実施企業が運営するコンタクトセンターのコンディションを無料で診断するサービスを開始いたしました。



The graphic features a background image of call center operators. A blue banner at the top left reads "テレビ通販コンタクトセンター診断サービス". A pink box on the right says "CPR・CPO 改善見込みをレポート！" with a "無料" (Free) tag. Below are three numbered steps: 1. ヒアリング (with a person and speech bubble icon), 2. Report (with a pie chart and bar chart icon), and 3. ROI改善 (with a bar chart icon). The Tri-Stage logo is in the bottom right corner.

### ◆通販コンタクトセンターの運営に課題をお持ちではありませんか？

- ✓ もっと応答率・受注率・定期引上率を上げることはできるのか？
- ✓ コンタクトセンターへのコストのかけかたは最適なのか？
- ✓ コンタクトセンターの数は最適か？夜間の体制は？スナッチの割合は？オペレーターのスキルは？・・・等

### ◆サービスご提供の背景

テレビ通販では、多くの企業様が媒体費の約1割をコンタクトセンター費用として使用されています。しかし、せっかく条件の良い放送枠で魅力的な番組を放映しても、オペレーターが不足して電話を受けきれなかったり、応答できても思うように受注に至らなかったりしては、事業のROIは上げられません。

コンタクトセンターはテレビ通販事業を成功させるための重要な役割を担っており、目標の設定・コンタクトセンター数・業務や教育の設計・コストのかけ方などによって、コンタクトセンターコストを含めた CPO（ROI）が大きく左右されます。

当社では、テレビ通販の効果向上を実現するデータマーケティング基盤「Tri-DDM」を構築し、テレビ通販にかかわる多種大量な情報を統合・分析・可視化することで、リアルタイムでの実績（KPI 等）確認、放送枠のプランニング支援、放送枠・コンタクトセンターの運用状況が把握できるサービスをご提供しております。

受注支援の領域では、提携 12 社 20 拠点のコンタクトセンターにてこれまで 200 社を超えるクライアントの受注業務を支援しており、大量の受注成果データを「Tri-DDM」に集積。このデータを用いて日々 PDCA を実行し、コンタクトセンターコストを含めた ROI 改善に貢献しています。また、ご要望に応じて当社コンタクトセンターマネージメントの専門チームが商材・オファー・呼量・コンタクトセンター運営状況などの諸条件を競合データと比較する事で改善ポテンシャルを測り、クライアント企業への改善提案を行っております。

この度、こうしたデータとノウハウをより多くのテレビ通販実施企業様にご活用いただくため、無料サービスとしてご提供させていただき運びとなりました。

## ◆ご利用のメリット

コンタクトセンターの受注成果を管理されるご担当者様に運営状況等をヒアリングし、診断レポートをご提供させていただきます。詳細なデータはご提供いただかなくても診断可能なので、ご負担なく貴社コンタクトセンターの課題点と改善ポテンシャル（CPR・CPO の改善可能性）を把握していただくことができます。

ぜひ、コンタクトセンターコストを含めた ROI 改善にご活用ください。

## ◆サービスの流れ



## ◆ご利用条件

テレビ通販実施している企業様を対象とさせていただきます。まずはお気軽にお問合せください。

## ◆レポートサンプル

Tri-Stage 株式会社トライステージ		テレビ通販 コンタクトセンター診断		sample		
商材カテゴリ	貴社	判定	判定"○"基準	他社実績		
	健康食品	健康食品	-	-	健康食品	健康食品
通常金額	4,000	-	-	5,500	5,200	5,400
初回金額	1,000	-	-	1,000	500	500
引上金額	3,600	-	-	4,800	4,500	4,300
オファー	お試し1,000円から定期コース3,600円	-	-	お試し1,000円から定期コース4,800円	お試し500円から定期コース4,500円	お試し500円から定期コース4,300円
呼量/月	8,000	-	-	7,000	11,000	5,000
センター数	2	-	-	3	3	3
深夜呼量割合	20.0%	-	-	61.0%	34.2%	64.4%
対完了応答率	88.0%	△	90%~95%	94.4%	93.6%	94.3%
対完了受注率	54.0%	○	54%~66.5%	58.6%	54.0%	55.6%
対完了引上率	21.1%	△	23.4%~33.25%	24.6%	21.2%	30.2%
スナッチ率	12.0%	△	20%~30%	30.2%	24.3%	26.0%
IVR率	16.0%	△	0%~10%	27.3%	7.4%	9.6%
ロス率	8.0%	△	0%~5%	5.0%	2.2%	3.0%
スコア管理	エクセル	-	-	システム	システム	システム

  

CCKPI	<p><b>応答率</b>：月間呼量規模が貴社に近い事例においても90%以上のポテンシャルが確認できます。センターを追加し受電キャパシティの増強を図るとよいでしょう。またスナッチ率も比較的低めの水準であるため、センターの運用を確認しスナッチ率を高めることで更なる改善が見込める可能性があります。</p>
	<p><b>受注率</b>：対完了受注率においては、応答率の改善により2~3%程良化の可能性がありますが。ただしロス率は比較的高めなため、センターの運用を確認しコールバック時間の短縮を図ることで更なる改善が見込める可能性があります。</p>
	<p><b>引上率</b>：定期コース金額設定が貴社に近い他社実績から、最大10%程の改善余地が確認できます。ロス率の上昇に気を付けながらスナッチ率を上げ、高スキル者発信比率を上げるとよいでしょう。</p>

  

【今回の診断結果】  
**最大 CPR：18.8% CPO：36.6% 改善の可能性があります。**

CPR・CPO  
改善可能性がわかる!

### 【株式会社トライステージ 会社概要】

所在地：東京都港区海岸 1-2-20 汐留ビルディング 21 階

代表者：代表取締役社長 倉田 育尚

設立：2006年3月3日

URL：<https://www.tri-stage.jp/>

上場市場：東証マザーズ・証券コード 2178

事業内容：テレビ通販をはじめとするダイレクトマーケティング事業を総合的に支援。

業界トップシェアの通販メディア枠の扱いに加え、映像制作、コンタクトセンター、データ分析等、ダイレクトマーケティング事業に必要な機能をトータルで提供。

本件に関するお問い合わせ

株式会社トライステージ 平日 10:00~18:00

コンタクトセンターサービスお問合せフォーム <https://tri-cc.jp/contact/>

広報担当 鈴木 Tel 03-5402-4111 (代) 03-5402-3237 (直通) / E-mail [info@tri-stage.jp](mailto:info@tri-stage.jp)