



03

マーケティング・リサーチ分野



## ミステリーコール調査

Mystery Call Research

教育されたミステリーショッピング調査専門の調査員が一般消費者として電話窓口で電話し、電話対応品質の評価を行います。

企業が戦略的に設定した対応基準に達しているかどうかの現状把握を行い、評価・分析することで、強みや改善点を明らかにします。



商品

サービス戦略

- 自社の電話受付窓口のサービスレベル（対応品質）を把握したい
- 強み・弱みを把握し、KPIを設定しながら、PDCAサイクルを回したい

### サーベイリサーチセンターの『ミステリーコール調査』3つの強み

**01**

クライアント課題に  
合わせた  
カスタマイズ設計

**02**

全国のみステリー  
ショッピング専門調  
査員がコールを実施

**03**

コールセンターと  
提携し、大規模案件  
にも対応可能

# 01 サベイリサーチセンターの『ミステリーコール調査』3つの強み

## Point 1

### 顧客課題に合わせたカスタマイズ設計

「電話の出方」や「挨拶の仕方」、「お客様の用件に対する復唱確認」等、基本対応品質に加え、「商品知識」や「業務理解」等、クライアント様の業務内容に合わせた評価基準を設定いたします。また、品質規格に準拠した調査も可能です。

- ✦ クライアント様の業務を理解した調査設計
- ✦ 電話対応品質の国際規格等、外部評価基準に準拠した評価にも対応
- ✦ 録音データを受領し評価する「モニタリング」にも対応

## Point 2

### 全国のみステリーショッピング専門調査員がコールを実施

全国のみステリーショッピング調査を担当している調査員によるコールが可能です。調査員は当社の定める面接・研修を経たうえで調査に携わっているため、自然な電話対応と客観的な視点にて均一した評価が可能です。

- ✦ 一般消費者層にあった自然な調査が可能（現地のイントネーションによる会話等）
- ✦ 調査員へ統一研修を実施するため、均一な評価が可能
- ✦ 消費者目線とクライアント様目線を備えた視点にて評価が可能

## Point 3

### コールセンターと提携し、大規模案件にも対応可能

提携のコールセンターを有し、大量のコール数が必要な大規模案件にも対応可能です。その場合も当社のみステリーショッピングに携わる社員がSVとして管理し、原則全てのコール記録（録音データ）をモニタリング致します。

- ✦ 大規模案件や短納期案件にも対応可能
- ✦ 調査品質管理の為、SVによる全データのモニタリングを実施

# 導入事例01 飲料メーカー様のコールセンター

## 課題

自社のコールセンターの応対品質レベルを競合他社と比べて現状把握したい。

## 解決

自社+競合4社のコールセンターにミステリーコールを実施。他社と同じ評価基準で評価を行い、自社の立ち位置を明確化。

## SRCの支援

- ★ 調査設計
- ★ コールの実施
- ★ データ入力・集計・分析
- ★ 分析レポート

等

### <調査運用/結果活用イメージ>

- ・ クライアント様にてオペレーターへの研修を実施し、その効果測定としてミステリーコールを実施
- ・ 毎年同時期に実施することで、研修の成果の確認、KPIの推移を把握を行い、更なる課題を抽出
- ・ 自社の強み弱み、他社の強み弱みを把握し、翌年以降の研修内容の見直し



### サンプル設計

- ✓ 競合4社の選定と各社の割付を設定
- ✓ 共通の調査項目にて評価ができるよう、問い合わせ商品の設定や問い合わせシナリオの作成等、調査を設計



### ミステリーコールの実施

- ✓ 調査設計をもとに全国の調査員へ研修を実施
- ✓ 調査員によるコールの実施
- ✓ 受電担当スタッフが偏らないよう、調整をしながらサンプルを収集



### 録音データのSV評価

- ✓ 調査時に録音を実施
- ✓ 録音データをSV（スーパーバイザー）が確認し、調査員の評価の整合性を確認。
- ✓ 必要に応じて調査員へヒアリングを実施



### 分析レポート

- ✓ 分析結果をレポートニングし、ご報告
- ✓ 競合と比較して強み、弱みを把握

# 導入事例02 自動車メーカー様の販売店在庫対応

## 課題

在庫予約時の電話対応品質にディーラーと販売店にて差があるのでは。各ディーラー・販売店の電話対応状況を把握したい。

## 解決

対象販売店分のダミー個人情報を用意し、点検在庫予約のミステリーコールを実施。電話対応マニュアルの項目に準拠し評価。

## SRCの支援

- ✦ 対象店舗リストの選定
- ✦ 調査設計・コールの実施
- ✦ データ入力・集計・分析
- ✦ トレーニング支援

等

### <調査運用／結果活用イメージ>

・P（調査）D（トレーニングと実践）C（調査）A（実践）のサイクルにて運用し、電話対応スキルの向上を支援



#### 調査対象店舗を選定

- ✓ 各販売会社が保有している店舗数から、調査対象となる店舗を決定
- ※サンプリング調査の場合には、母集団を考慮した店舗数を選定



#### 評価項目の設計

- ✓ クライアント様が教育研修で活用している対応品質マニュアルから評価項目を設計
- ✓ 担当する調査員へマニュアルに基づいた研修を実施



#### 在庫予約 (ミステリーコール)

- ✓ 調査員が顧客に扮して在庫予約を実施
- ※後日キャンセルの電話を入れることで、クライアント側のデータベースから削除する



#### 分析レポート

- ✓ 分析結果をレポートिंगし、ご報告
- ✓ 各販売会社や店舗の強み弱みを把握



#### トレーニング

- ✓ 調査結果を元に、提携研修会社とトレーニングプログラムを作成
- ✓ 各販売店にてトレーニングを実施

## 02 類似調査のご紹介



### ミステリーショッピング調査

教育されたミステリーショッピング調査専門の調査員が来店客として店舗を訪問し、[接客][サービス][商品][環境]等について調査を行います。  
企業が戦略的に設定した基準に達しているかどうか、現状把握を行い、評価・分析することで、強みや改善点について明らかにします。  
ミステリーコールと合わせて実施することで、対面/非対面における詳細な接客レベルの把握が可能となります。

詳細

[https://www.surece.co.jp/wp\\_surece/wp-content/uploads/2020/05/MysteryShoppingResearch-202005.pdf](https://www.surece.co.jp/wp_surece/wp-content/uploads/2020/05/MysteryShoppingResearch-202005.pdf)



### ミステリーショッピング調査（オンライン商談）

新型コロナウイルス感染症による外出自粛の影響で、オンライン商談を導入される企業様が増えております。  
当社のミステリーショッピング調査のノウハウを活用し、各企業様のオンライン商談システムに合わせて、オンライン商談のミステリーショッピング調査を実施し、現状把握を行うことも可能です。

その他「03マーケティングリサーチ分野」

<https://www.surece.co.jp/service/marketing/>

お問い合わせはこちら

<https://www.surece.co.jp/contact/>