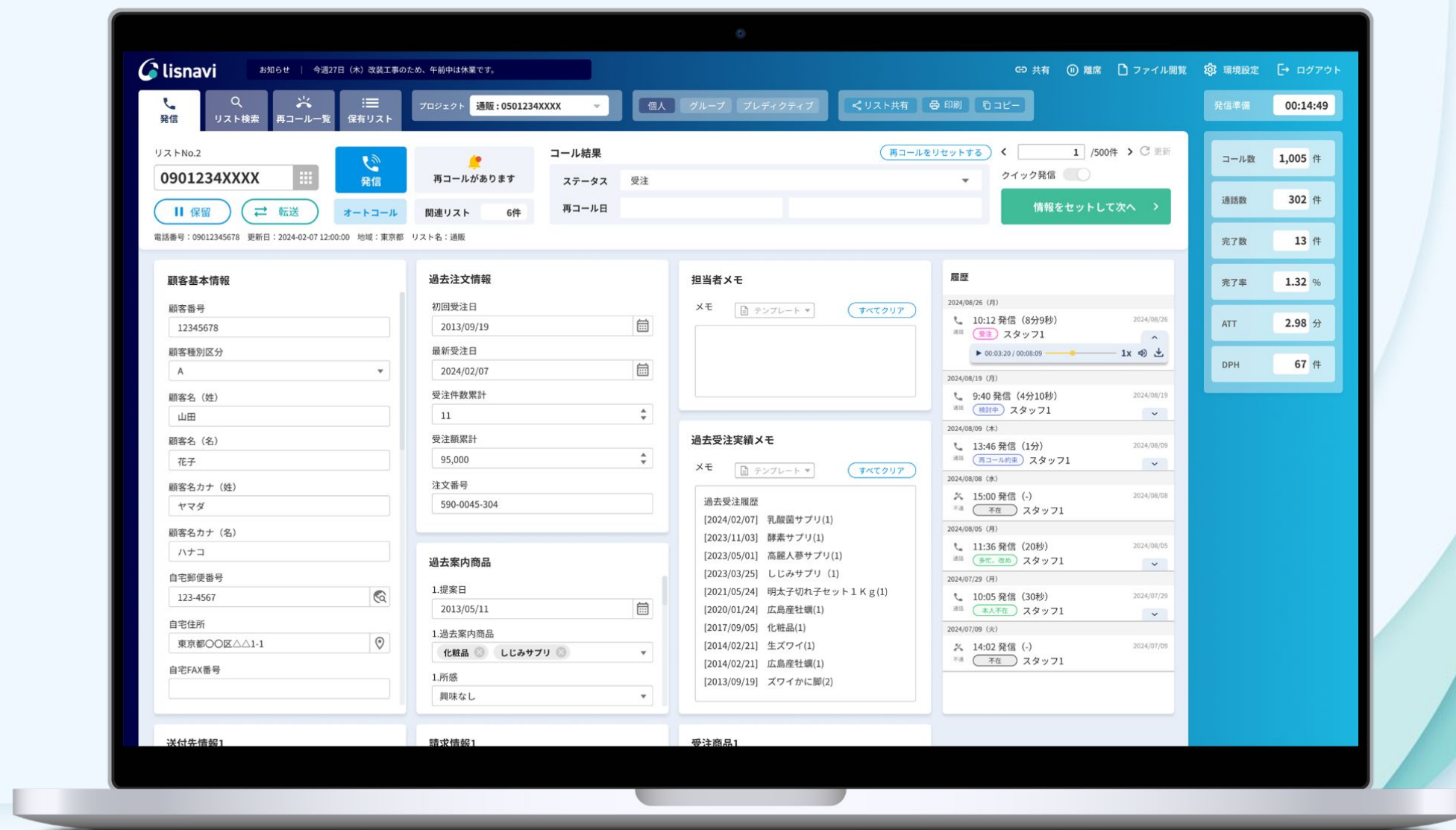




事例付き

導入ガイドブック



アウトバウンドコールシステム



累計導入社数

2,700社

※2026年2月時点

アウトバウンド専用コールセンターシステム

累計導入社数

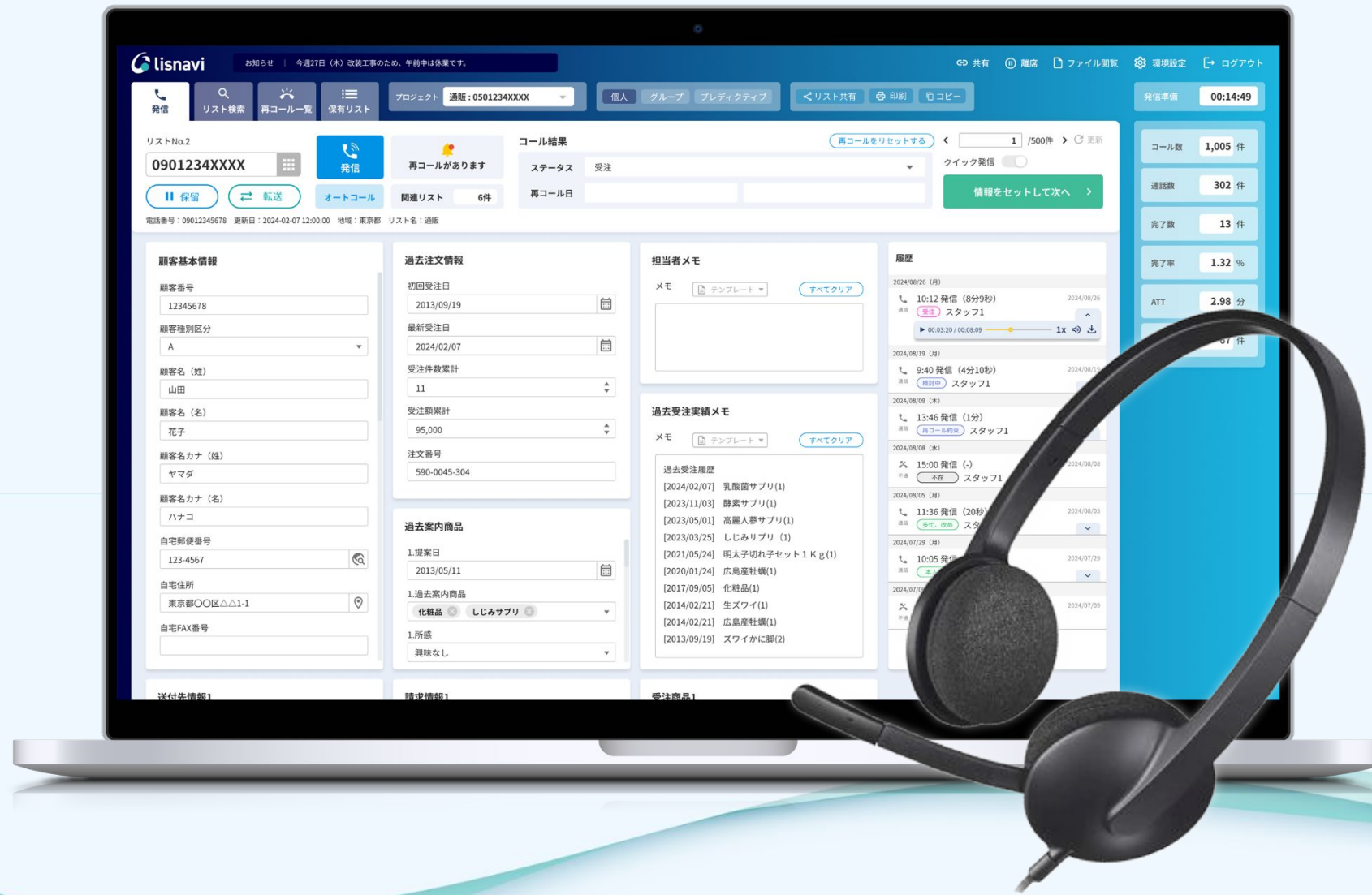
累計ブース／アカウント数

3年連続 No.1

ITreview Grid Award 2026 Spring



「CTIシステム部門」
「クラウドPBX部門」
「コールセンターシステム部門」
「通話録音システム部門」
4部門にて最高位を受賞!



※調査概要は以下の通り。

【調査方法】実数調査 【調査期間】2024年2月21日（水）～3月26日（火）
スクリエ 【対象サービス】List Navigator. (現lisnavi)

【調査概要】「アウトバウンド専用コールセンターシステム」を対象にしたデスクリサーチ及びヒアリング調査

【比較対象企業】「アウトバウンド専用コールセンターシステム」運営企業10社

【調査実施】株式会社エクスクリエ

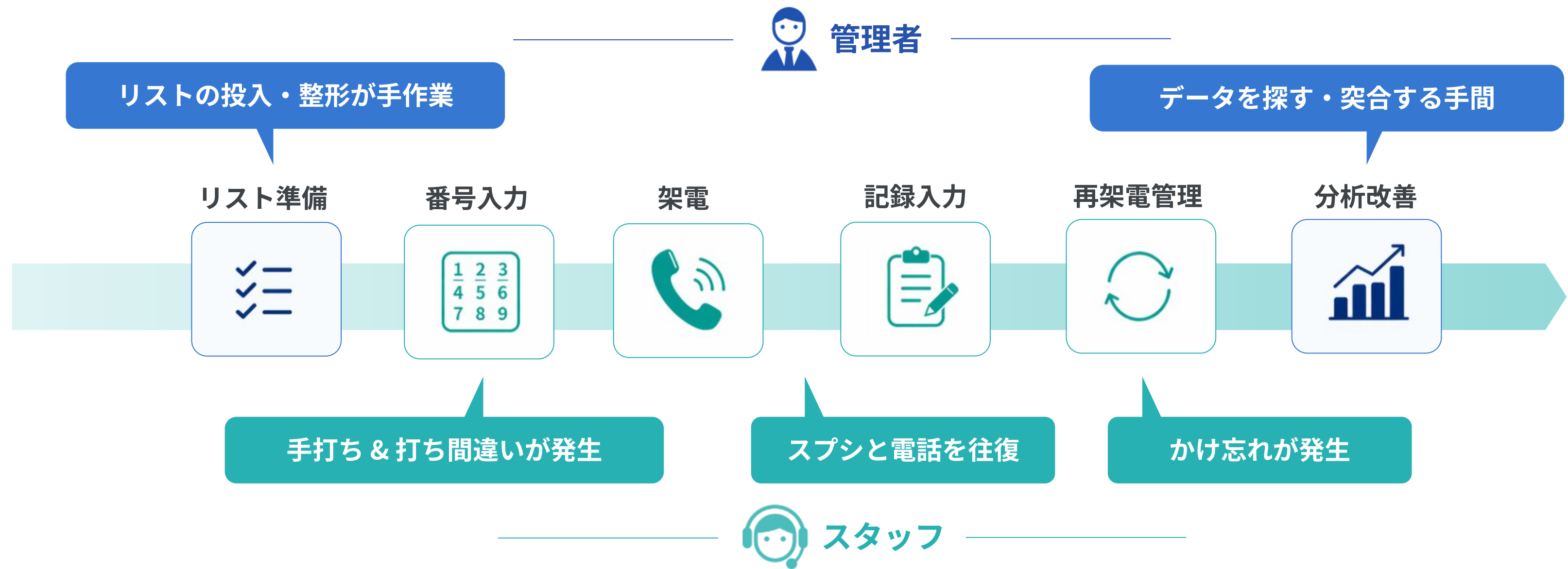
Chapter 1

コールシステム（CTI）導入の効果とは？



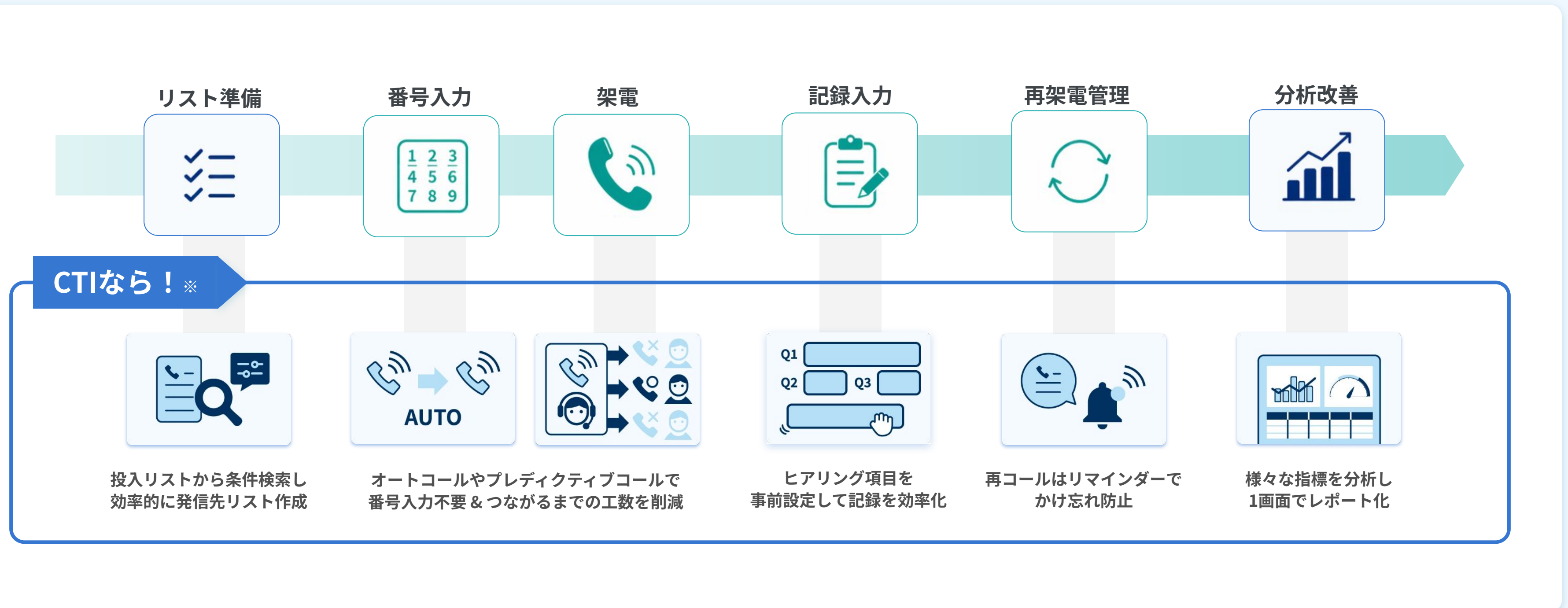
架電業務の“ムダ”放置していませんか？

実は、架電業務はその過程の中で多くの“ムダ”が発生しています。



アウトバウンドCTIなら、架電業務の“ムダ”を大幅に削減できる！

アウトバウンドコールシステム（CTI）なら、架電業務で発生する様々な“ムダ”を自動化・効率化することができます。



※アウトバウンドコールシステム（CTI）lisnaviの機能を参照

アウトバウンドCTI「lisnavi」の導入効果



アウトバウンドコールシステム（CTI）の効果の一例として、「lisnavi」の導入効果をご紹介します。

発信数が約2倍にアップ

ほとんどの企業さまで
導入後の発信数が

約2倍

13,923件/月

導入前

+98.7%



導入後

※『2023年 当社サービス利用者を対象とした社内調査』
※ 集計対象社数：55社

92.8%の企業が課題を解消

92.8%

の企業さまが「導入前の課
題が解消された」と回答

※ 2024年 当社サービス利用者を対象とした自社アンケート調
査 集計対象社数：132社 回答ユーザー数：172人



lisnavi（旧List Navigator.）を新規導入した場合

SFAソフトウェア
販売企業さま

オペレーター数：56名
（アルバイト含む）

発信数

↑ **約36倍** 増加

導入前 420件/月 → 15,016件/月

アポ数

↑ **約94件** 増加

導入前 97件/月 → 191件/月

営業代行企業さま

オペレーター数：15名
（アルバイト含む）

発信数

↑ **約4倍** 増加

導入前 1,150件/月 → 4,676件/月

アポ数

↑ **約101件** 増加

導入前 10件/月 → 111件/月

Chapter 2

コールシステム（CTI）の選び方



アウトバウンドCTIの選定ポイント

アウトバウンドコールシステム（CTI）を選ぶ際は、スタッフと管理者それぞれのムダを解消する機能が網羅的に搭載されているかが重要。

スタッフ向けの機能・要件例

- ✓ **オートコール** つながるまでの工数を自動化することで、コール数を増やす機能。
- ✓ **プレディクティブコール** 通電率が低い場合に複数回線を使って一斉に発信する機能。例えば通電率が20%の場合、5倍の発信倍率で発信をセットできる。
- ✓ **再コール** リマインダーによりかけ忘れを防ぐ機能。
- ✓ **グループ発信** 複数人のグループで同一のリストに効率的に発信する機能。
- ✓ **通話録音** 全通話を自動的に録音し、後から確認できる機能。

管理者向けの機能・要件例

- ✓ **ヒアリング項目設定** スタッフ画面で表示・入力させるヒアリング項目を、自由度の高いレイアウトで設計ができるか。
- ✓ **スタッフ・権限管理** 離席・稼働の管理はもちろん、1回あたりの会話時間や情報入力時間など細かいポイントで管理できるか。
- ✓ **分析機能** 接触・有効コール、アポ獲得までのどのフェーズにボトルネックがあるかを効率的に分析できるか。対応するセグメント数、コンポーネント数が重要。
- ✓ **リスト管理機能** 業種やエリア、過去の接触歴などを基にリストを管理する機能。
- ✓ **API連携機能** 今使っているSFAツールやCRMツールと連携するための機能。

Chapter 3

コールシステム（CTI）を導入して成功した事例

CASE STUDY INDEX

-
- 01 株式会社アレグリアさま**
ブラックボックスの解消で売上2.5倍へ
- BPO・アウトソーシング** **人材**
- # 発信数を増やしたい # 管理を効率化したい # toC
- P11～
-
- 02 株式会社GONEさま**
徹底した管理で、迷わない現場を作る運用
- BPO・アウトソーシング**
- # 管理を効率化したい # 課題を分析・把握したい # toB
- P17～
-
- 03 株式会社ソリューションサポートさま**
見込みを逃さないアラートでアポ数1.7倍！
- インフラ**
- # 発信数を増やしたい # 管理を効率化したい # toB
- P23～
-
- 04 株式会社ミナトさま**
架電数が1.5倍、アポ獲得数が2.5倍に
- リフォーム**
- # 発信数を増やしたい # 教育体制を強化したい # toB
- P28～



45台の携帯・混在するツール運用から脱却！ ブラックボックスの解消で発信効率3～4倍、売上2.5倍へ。

 Alegria

社名

株式会社アレグリアさま

業界

BPO・
アウトソーシング

従業員規模

1～49名

導入前の課題

- 1 発信数やコストなどの稼働実態が全く見えない
「ブラックボックス状態」だった
- 2 複数のスプレッドシートを往復しながら情報を探して
発信する運用により、発信時の負荷が大きかった
- 3 社内で担当が重複する「成果の取り合い」が発生し、
現場の不公平感やモチベーション低下を招いていた

導入後の効果

- 1 成果や稼働状況が自動で集約・可視化されたことで、
データに基づいた客観的な現場指導が可能に
- 2 プレディクティブコールの活用と情報の集約により、
発信効率が体感で3～4倍に向上し、売上規模が約2.5倍へと急成長
- 3 ステータスの設定により社内の成果の取り合いが不可能になり、
安心して**自分の案件に集中できる環境が整った**

事業内容をお聞かせください。

当社は、営業代行および営業コンサルティングを展開しています。クライアント企業さまの代わりに、戦略策定からアプローチなど、営業組織構築を幅広くサポートします。

現在は求人メディアの離脱客フォロー案件を中心にlisnaviを活用しています。ターゲットは主に30～50代の地方の男性などで、毎日流入する約50件の新規リードへの即応と、2023年から蓄積された「約7～8万件の膨大な休眠リスト」への掘り起こしを並行して行っています。体制はSV1名に対し、スタッフが最大10名ほど。約2～3割がリモートワークというハイブリッドな環境です。

「システム投資は、新たな人員を雇用するのと同じ」という生産性重視の考え方のもと、成果の最大化を目指しています。

lisnavi導入前はどのような課題がありましたか？

最大の課題は、あらゆる数字が「ブラックボックス」化していたことです。当時は45台の携帯電話と固定電話、他社CTIがバラバラに混在しており、誰がどこにどれだけ発信しているのか、コストがいくらかかっているのかを正確に集計する術がありませんでした。稼働管理はスタッフの自己申告を信じるしかなく、マネジメントの根拠となるデータが欠如していました。

また、リスト管理がアナログだったため、社内での「成果の横取り」が起きていたことも深刻な課題でした。あるスタッフがアプローチ中の顧客情報を別のスタッフが閲覧し、横からアプローチして自分の成果にしてしまう。こうした非効率な運用による不公平感が、現場のモチベーションを削ぐ大きな要因になっていました。

作業環境も非効率で、右のモニターに管理用のスプレッドシート、左のモニターには別のシートを出し、それらを常に行ったり来たりしながら情報を探して発信していました。常に「迷い」ながらコールを続けている状態で、スタッフには精神的にも物理的にも大きな負荷がかかっていました。

lisnavi導入の決め手を教えてください。

一番の決め手は、「直感的なUIがすごくいい」と感じたことです。多くのツールを比較検討しましたが、他社製品の中にはUIが古く感じるものもありました。その点、lisnaviは管理画面だけでなく、実際に発信するスタッフの画面が圧倒的に分かりやすく設計されていました。

以前のように何枚ものスプレッドシートを開く必要がなく、lisnaviなら年齢、居住地、職歴、通話履歴といった必要な情報が1画面に集約されています。

この「1画面で全ての情報が完結する」実用性が、現場に余計な説明をせずとも活用できると思いました。

また、1ブースから契約できる柔軟なプランがありながら、プレディクティブコールという強力な武器を備えている点も、当社の規模感にマッチしていました。他社製品のような長期の契約縛りがなく、「1ヶ月、3ヶ月」といった単位でスモールスタートできる点も導入の強い後押しになりました。

導入後のサポート体制についてはいかがでしたか？

サポートは手厚く、ポジティブな印象です。以前検討していた海外製のツールなどは、マニュアルが全て英語だったり、解説動画があっても「どのアカウントライセンスを買えばいいのか」すら分からなかったりと、導入のハードルが高いと感じていました。

一方でScene Liveさんは、導入後にオフィスまで直接足を運んでくださり、設定や運用について対面でアドバイスをいただくなど、非常に手厚くフォローしていただきました。

不明点があっても、分かりやすく、かつ親身に対応いただけるため、システムに詳しくない我々でも安心して運用を軌道に乗せることができました。

具体的にどのようにご活用いただいていますか？

毎朝のルーティンとして、求人メディア側から最新の応募・登録者情報を抽出し、lisnaviへリストインポートすることから一日が始まります。インポート作業は「毎朝9時30分頃」と「退社時の18時～19時頃」の1日2回おこない、常にリストの鮮度が高い状態を保てるようにしています。

毎日流入する約50件の新規リードへの即時対応はもちろんですが、過去の登録者を含めた約7～8万件にのぼる膨大な「休眠顧客」の掘り起こしも並行しておこなうため、**リストの状態やスタッフのスキルに合わせて発信方法を柔軟に使い分け**ています。具体的には、数万件規模の膨大な休眠リストに発信する場合や、新人のスタッフが発信する場合には「プレディクティブコール」を活用します。システムが多回線で自動で発信し、応答があった時だけスタッフに接続されるため、発信時に待機する無駄な時間がなくなりました。

一方で、優先度の高い新規リードや見込み客、あるいはスキルが高く「狙い打ち」をしたいスタッフは、情報を丁寧に確認しながらアプローチできる通常

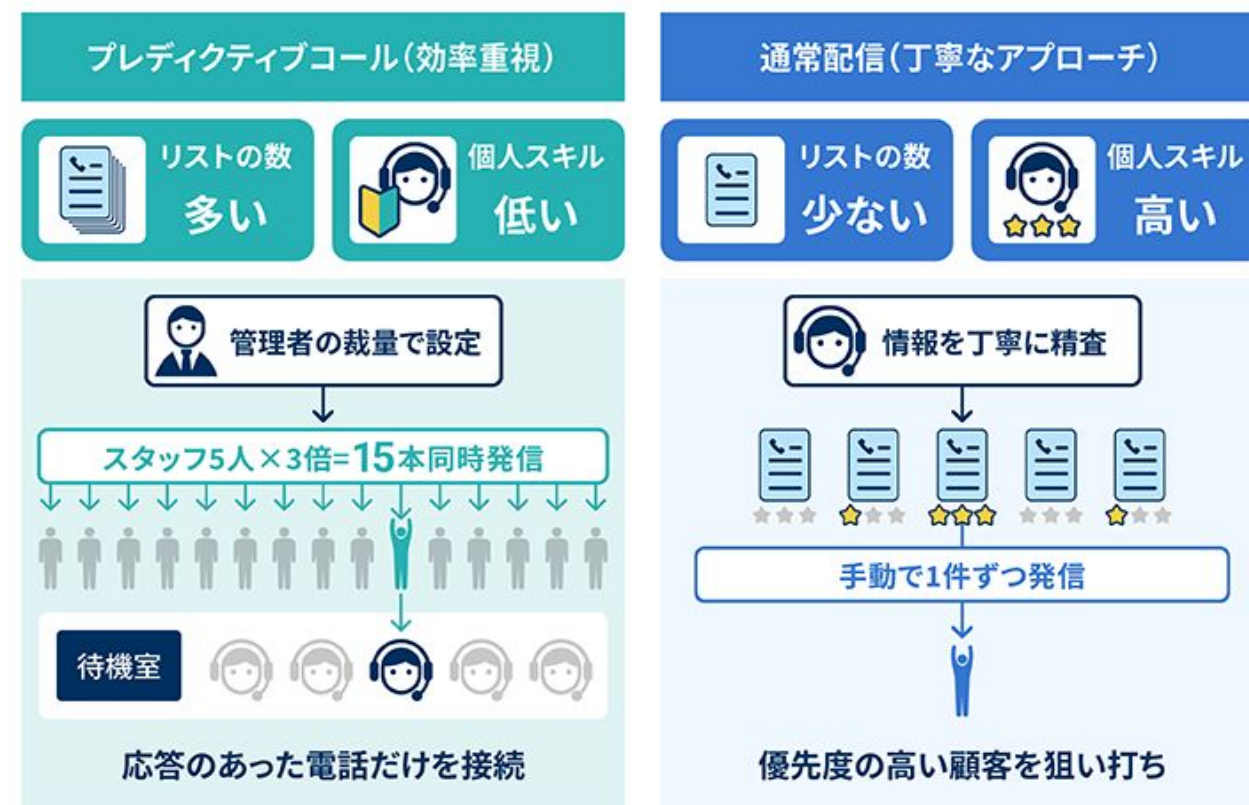
発信を活用しています。

このように、効率重視の機械的な運用と、個人の裁量を活かした運用を共存させることで、チーム全体のパフォーマンスを最大化しています。

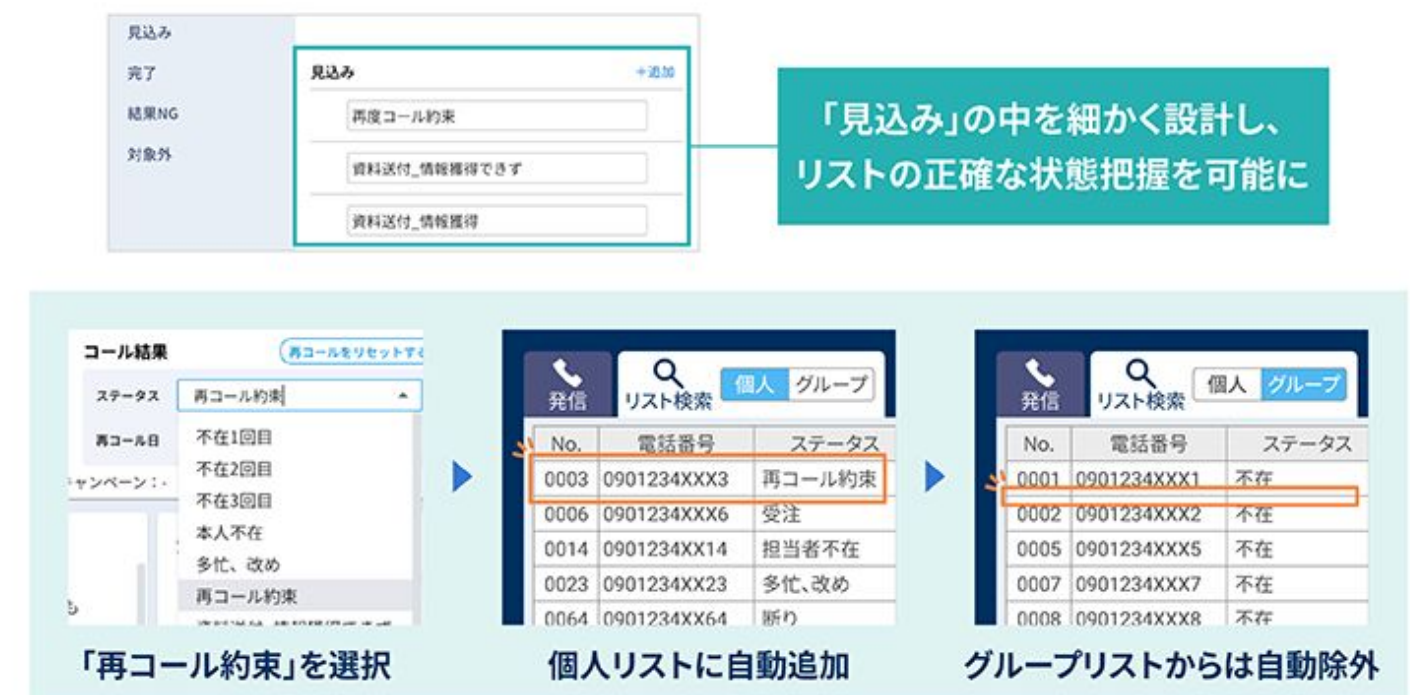
また、自社の運用に合わせたステータス項目の整備にもこだわりました。たとえば「見込み」の中でも、「再架電」「人物照合待ち」など、クライアント確認待ちの状態を含めて細かく設計しています。これにより、**リストの正確な状態把握と分析が可能**になりました。

加えて、特定のステータスになった場合には、自動で担当者の個人保有にする設定にしています。システム側で担当者以外が発信できないように制御することで、以前の課題だった**「成果の横取り」**を物理的に防止し、**スタッフが安心して自分の案件を育てられる環境を整えています。**

状況に応じた発信手法の使い分け



運用に合わせた詳細なステータス設計



見込み客への重複コールや「成果の横取り」を物理的に防止

さらに、ヒアリング項目を精査し、発信画面に表示させることで、発信準備時間やACW*の短縮も実現しました。発信前に情報を確認する時間と、通話を終えてから次の発信までのリードタイムを最短化し、とにかく「発信」に集中できる環境を整えています。

導入後、定量的な成果や組織の変化として現れていることはありますか？

発信効率が、体感で導入前の3~4倍にまで向上しました。

最大の要因は、プレディクティブコールによって「遊ぶ時間」が消滅したことです。以前の手入力時代は、電話番号を打つ合間に「あー疲れた」と一息つく隙間がありましたが、システム化によって行動量が強制的に担保されました。

メンバー増員などの他要因もありますが、行動量が担保されたことで、クライアント数への「送客数」も増加し、**売上規模も導入後から約2.5倍へと急成長を遂げています。**

定性面では、SVのマネジメントが「感情」から「事実」に基づくものへと変わりました。

現在は、「有効通電数」と「ACW*」の2つを現場の重要KPIとして設定しています。有効通電数は抽出したリストがターゲットとして機能しているかの判断基準として、ACWはオペレーターが迷いやサボりなく効率的に稼働できているかの管理指標として活用しています。

実は、以前は「ACW」という言葉自体も知りませんでした。今は通話していない時間がいかに重要かを認識し、「ACWに時間がかかりすぎているから発信数が少ない」など、事実に基づいた指摘ができるようになりました。

ダッシュボードでは、これらの状況をリアルタイムに把握できるため、このような客観的なデータに基づいた指導が可能です。管理者は、2~3時間おきにダッシュボードを確認し、メンバーの稼働状況をチェックしています。リモート稼働のメンバーの状況も把握でき、指導ができるのが便利です。

また、モニタリング・ウィスパリング機能を活用して通話中のスタッフに即座にアドバイスを送れるようになり、アポイントの質を左右する「人物照合率」も目に見えて改善しました。

現場に納得感のある評価と教育体制を構築できたことが、組織としての大きな強みになっています。

今後の活用想定について教えてください。

音声AIやボイスボットが普及する時代だからこそ、**人が直接話すことで生まれる「価値」がある**と考えています。商材にもよりますが、現在取り組んでいる求人メディアの登録者フォローに関しては、直接ヒアリングするからこそ把握できる個別の状況や、相手の細かな状態を知ることができると思っています。

今後、API連携などによるリスト管理のさらなる自動化を進め、スタッフがより付加価値の高いコミュニケーションに集中できる体制を目指します。1人あたりの生産性をさらに引き上げ、クライアント企業の事業成長を支えるパートナーとして進化し続けたいと考えています。

* 平均後処理時間 (After Call Work)



未経験スタッフも迷わないUIと緻密な分析。 徹底した管理で「迷わない現場」を作る運用の秘訣



社名

株式会社GONEさま

業界

BPO・
アウトソーシング

従業員規模

1~49名

導入前の課題

- 1 誰がどこで何をしているか把握できない、「管理のブラックボックス状態」が発生していた
- 2 詳細なデータが取れず、データにもとづいた運用ができなかった
- 3 通信が不安定で、安定した運用ができなかった

導入後の効果

- 1 成果や稼働状況が自動で集約・可視化されたことで、**データに基づいた客観的な現場指導が可能に**
- 2 ダッシュボードで稼働をリアルタイム可視化し、**データに基づく納得感のある指導ができるように**
- 3 運用体制を一新し、自社に合った環境を構築することで、**安定した運用が可能になった**

事業内容をお聞かせください。

当社は、企業の採用活動や学生募集、集客支援を目的とした「SNS運用代行」をおこなっています。企業リストを中心に、新卒採用や集客の課題解決に向けたアプローチをおこなっています。

現在は、テレマーケティング部でlisnaviを活用しています。体制は、社員3名に対しパートスタッフが6名ほどの少数精鋭です。以前は在宅勤務もおこなっていましたが、現在は全員が出勤して架電を行う体制に切り替え、チーム一丸となって成果を追っています。「未経験者やPC操作に不慣れなスタッフでも、迷わず成果を出せる環境」を重視し、組織の基盤構築を進めています。

lisnavi導入前はどのような課題がありましたか？

最大の課題は、「通信の不安定さに起因する機会損失」と「管理のブラックボックス化」です。

実は、以前もList Navigator. (lisnaviの前身) を利用していた時期がありました。しかし、コスト削減の観点から、通話料の安さを魅力に感じた他社ツールへ一度乗り換えをおこなったのです。ところが、これが結果的に裏目に出てしまいました。

乗り換え先のツールでは、クラウド版の推奨環境として「回線速度10GB」という、一般家庭では用意が難しいスペックを求められました。

その結果、採用して研修まで終えた在宅スタッフが、いざ稼働しようとしても「自宅のネット環境ではログインすらできない」という事態が発生してしまっただけです。**通話料のコスト削減を狙ったはずが、スタッフが物理的に稼働できないことによるそれ以上の機会損失を生んでしまいました。**

また、使い勝手の面でも課題がありました。以前利用していたコールシステムは、見た目がエンジニア向けのような機械的なデザインで、とっつきにくさがありました。

ステータスを絞り込んでリストを検索した際も、一覧が見づらく、「今どの案件を開いているのか」「どの録音を聞いているのか」がパッと見て判別しづらい状態でした。当時は在宅勤務のスタッフもおり、**稼働状況がブラックボックス化しやすい環境だったため、誰がどこで何をしているかが見えづらいという課題**も抱えていました。

lisnavi導入の決め手を教えてください。

一番の決め手は、**UIの「かわいさ」と「親しみやすさ」**です。

パートスタッフの中にはパソコン操作に不慣れな方も多いため、画面が機械的だとそれだけでモチベーションが上がらなかつたり、業務への抵抗感につながったりします。lisnaviは見た目が直感的で可愛らしく、未経験の方でも抵抗なく使えると感じました。

もう一つは「ダッシュボード機能」です。私自身、管理者として数字管理にはこだわりがあり、アポイント率だけでなく「資料送付数」や「再架電数」な

ど、細かいKPIを分析したいと考えていました。lisnaviは欲しい情報を自由にカスタマイズしてリアルタイムで表示できるため、SVとしてチームの状況をひと目で把握できる点が大きな魅力でした。

導入後のサポート体制についてはいかがでしたか？

サポート体制には非常に助けられています。

ダッシュボード構築の際、「こんな指標は見られますか？」「この数字を出したいんですが」と細かく相談したのですが、カスタマーサクセス担当の方が親身になって設定方法を教えてくれたり、時には代わりに設定してくれたりしました。

また、チャットでのサポートにも対応していて、不明点があってもChatworkですぐに回答をいただけるので、システムに詳しくない私でも安心して運用を軌道に乗せることができました。

具体的にどのようにご活用いただいていますか？

lisnavi導入を機に、運用体制も一新しました。特に意識しているのは、経験の浅いスタッフでも迷わず動けるための「仕組み化」です。

<徹底したルール作りと機能の使い分け>

まず、徹底したルール作りをおこなっています。

例えば、架電結果のステータスには「1. 再架電1回目」「2. 再架電2回目」といった番号を振り、「3回かけて繋がらなければ停止」という明確な基準を設けました。

また、次回の架電日時についても、「午前中にかけて不在なら、次は2日後の午後に設定する」といった具体的な行動指針をチームで共有しています。ス

タッフ自身がその場で次回の架電日時を設定することで、接続率の高いタイミングを狙う工夫をしています。

発信方法としては、スタッフに負荷がかかりすぎないように、現在は「通常発信」など個人のペースで架電できる方法を任せています。一方で、私自身はせっかちな性格なので、次々に発信できる「クイック発信」を活用して効率的に件数を稼いでいます。スタッフの習熟度に合わせて、徐々に効率的な機能へとシフトしていく予定

<現場の視線に合わせた環境面での工夫>

システム面だけでなく、物理的な環境面でも現場に合わせた工夫を凝らしています。スタッフのデスク環境はパソコン1台のみです。1つの画面でlisnaviを操作しながら、同時にトークスクリプトを画面上で開いて見るのは難しく、視線が迷ってしまいます。そこで、トークフローやスクリプトはあえて印刷して紙で用意し、机の上に置いて見ながら架電するという泥臭い工夫をしています。「画面では顧客情報と操作」「手元ではトークの確認」と役割を分けることで、限られた設備の中でも迷わずトークに集中できるようサポートしています。

<公平性を担保するKPI設計>

また、運用において、KPIの設計にもこだわりました。

事業としての最終ゴールは「受注数」ですが、現場が追うKPIとしては「アポイント率」を最重要視しています。

アポイント「数」ではなく「率」にしている背景には、パートスタッフへの公平性があります。週2回勤務の方と週5回勤務の方を「獲得数」だけで比較するのは不公平です。全員が納得感を持って働けるよう、稼働時間に関わらず成果を正當に評価できる「率」を指標にしました。

設計したKPIは、どのように管理していますか？

現場KPIの「アポ率」を達成するために、さらに細かいサブKPIを設定し、メンバーに共有しています。（「資料送付」「受付NG」「担当者NG」「再架

電」「DPH」など)

SVとして、それをダッシュボードで管理し、どこにボトルネックがあるのかを分析しています。

例えば「アポ率」が伸び悩んでいるスタッフがいた場合、ダッシュボードを見れば「受付で断られているのか（受付NGが多い）」「担当者と話せているが断られているのか（担当者NGが多い）」がひと目でわかります。また、行動量のベースとなるDPH*も可視化されているため、効率的に架電できているかも含めて、**客観的なデータに基づいた指導が可能になりました。**

また、**リストの属性ごとの傾向分析にも活用**しています。例えば「大学」のリストへ架電する場合、企業に比べて担当者にはつながりやすい一方で、そこからお断りされる「担当者NG」が増えやすいという傾向があります。ダッシュボードでその傾向を把握していれば、担当者NGの数字が増えても「今日は大学リストだから仕方ないね、気にせずいこう」と、事実に基づいた適切なフィードバックが可能です。**単に数字だけを見て叱咤激励するのではなく、リストの中身と結果を紐づけて評価することで、スタッフが安心して架電できる環境を作っています。**

日々のマネジメントでは、毎日13時（お昼休憩時）に必ずダッシュボードを開き、午前の着地を確認します。その数字を見て「午後はこのリストを回そう」「この点を意識しよう」といった指示出しを行い、終業時にはスプレッドシートを用いて細かい振り返りをおこなっています。

また、常にモニタリング画面を表示させており、会話につまずいているスタッフがいれば「ウィスパリング機能（ささやき機能）」ですぐに助け舟を出します。トークスクリプトも固定化せず、**成績が良いスタッフの話し方や「共感ワード」を取り入れて週に1回はアップデート**しています。

導入後、定量的な成果や組織の変化として現れていることはありますか？

最大の成果は、PCに不慣れなパートさんでも初日からスムーズに使えている点です。以前のような「見にくい」といった声はなく、スムーズに新体制へ移

行できました。

管理工数も大幅に削減されました。以前は見えにくかった「誰がどういうステータスで今日を終えたか」が、ダッシュボードのワンタッチですぐに見れるようになりました。

定量面では、現場KPIとして最も重視している「アポ率」などの目標管理がしやすくなりました。DPH（時間あたり発信数）の目標を35件に置くなど、具体的な数字に基づいた指導ができています。

昨今増えている「AI・ボイスボット」等についてはどうお考えですか？

正直なところ、私は情に訴えかけるような「人間味のあるテレアポ」が大好きなので、AIには絶対に負けないぞという強い対抗心を持っています。もちろん効率化も大切ですが、相手のトーンに合わせて話し方を変えたり、相手の気持ちに寄り添って「共感」したりすることは、AIにはまだ難しい領域だと思います。また、お客さまの発する「言葉の裏」を読んで機微に対応するのも、人間にしかできません。

BtoBの商材、特に対話が重要になるサービスだからこそ、機械任せにするのではなく、私たちが直接話すことに価値があると考えています。

今後の活用想定について教えてください。

現在の運用が定着したら、次は「オートコール」を活用したいと考えています。

「呼び出し25秒で切って次へ」といった設定で発信秒数を管理し、さらなる生産性向上を目指します。将来的にはSVを増やし、10人1チームを3つ作る「30人体制」を目指しています。



「見込みを逃さない」自動アラートでアポ数1.7倍！ 再コール機能を活用し、フォローアプローチを仕組み化



株式会社ソリューションサポート

社名

株式会社
ソリューションサポートさま

業界

インフラ

従業員規模

1~49名

導入前の課題

- 1 スプレッドシートでの再コール管理が難しく、見込みの取りこぼしやかけ忘れが繰り返し発生していた
- 2 スマホによる手打ち発信で番号入力に時間がかかり、録音もできないため通話の振り返り・改善ができない状態だった
- 3 発信データの分析手段がなかったため、正確なデータの裏付けがなく、感覚頼りの判断になっていた

導入後の効果

- 1 再コール機能で見込み先を管理できるようになり **取りこぼしゼロの追跡サイクルが確立した**
- 2 クイック発信の活用で1日の発信数が150件から200件に増加し、**月間アポ数も6~7件から10件超へ向上した**
- 3 電力会社別のアポ獲得傾向が可視化され、**成果の出やすいターゲットへの重点的アプローチが実現した**

事業内容をお聞かせください。

当社は、電話回線・インターネット回線・複合機・ビジネスフォン・空調・LEDなど、オフィス環境の最適化を一括して支援するオフィスソリューション事業と、創業支援事業を展開しています。

現在は、飲食店向けに電力の切り替え提案を主軸としたテレアポをおこなっており、そこでlisnaviを活用しています。営業担当者が自分でリードを獲得し、そのアポイントに対して自分で商談・契約まで一貫して行う営業スタイルなので、アポイントが取れた場合は訪問対応もおこなっています。

lisnavi導入前はどのような課題がありましたか？

一番の課題は、**見込み先の管理がうまくできていなかったこと**です。

当時はスプレッドシートでリストを管理しており、再コールの予定もそこで組んでいましたが、「次にいつかければいいか」が分かりにくく、かけ忘れや取りこぼしが繰り返し発生していました。ステータスや数値は入力していましたが、入力内容にブレがあったり、「見込みがあるのかどうか」の基準が人によって曖昧になっていました。その結果、せっかく話を聞いてもらえたお客さまへのフォローが抜けてしまうことが、少人数で動いているチームにとっては積み重なる機会損失になっていました。

また、スプレッドシート上の電話番号をクリックして発信できるわけでもなかったのも、スマートフォンで1件ずつ番号を手打ちする必要があり、そのぶん発信スピードも上がらない状況でした。

録音機能がないことも、じわじわと課題になっていました。通話内容を振り返ることも、改善につなげることも、データとして蓄積することもできない。「何となくうまくいっている」「何となくダメだった」という感覚頼りの運用で、数値として課題を把握できていませんでした。

lisnavi導入の決め手を教えてください。

導入のきっかけは、知人からの紹介です。以前からシステムを入れたいという気持ちはあったものの、具体的に動けていなかったところに、紹介という形で話を聞く機会をもらいました。前職でシステムを使っていた経験があったので、デモを見た瞬間に操作のイメージが掴めて、「これは使えるな」と直感的に確信できました。あちこちで比較検討するまでもないと感じましたね。

機能面でも、再コール管理と録音機能という、**ちょうど「ここが課題だ」と感じていた部分にそのまま答えてもらった**印象でした。

具体的にどのようにご利用いただいていますか？

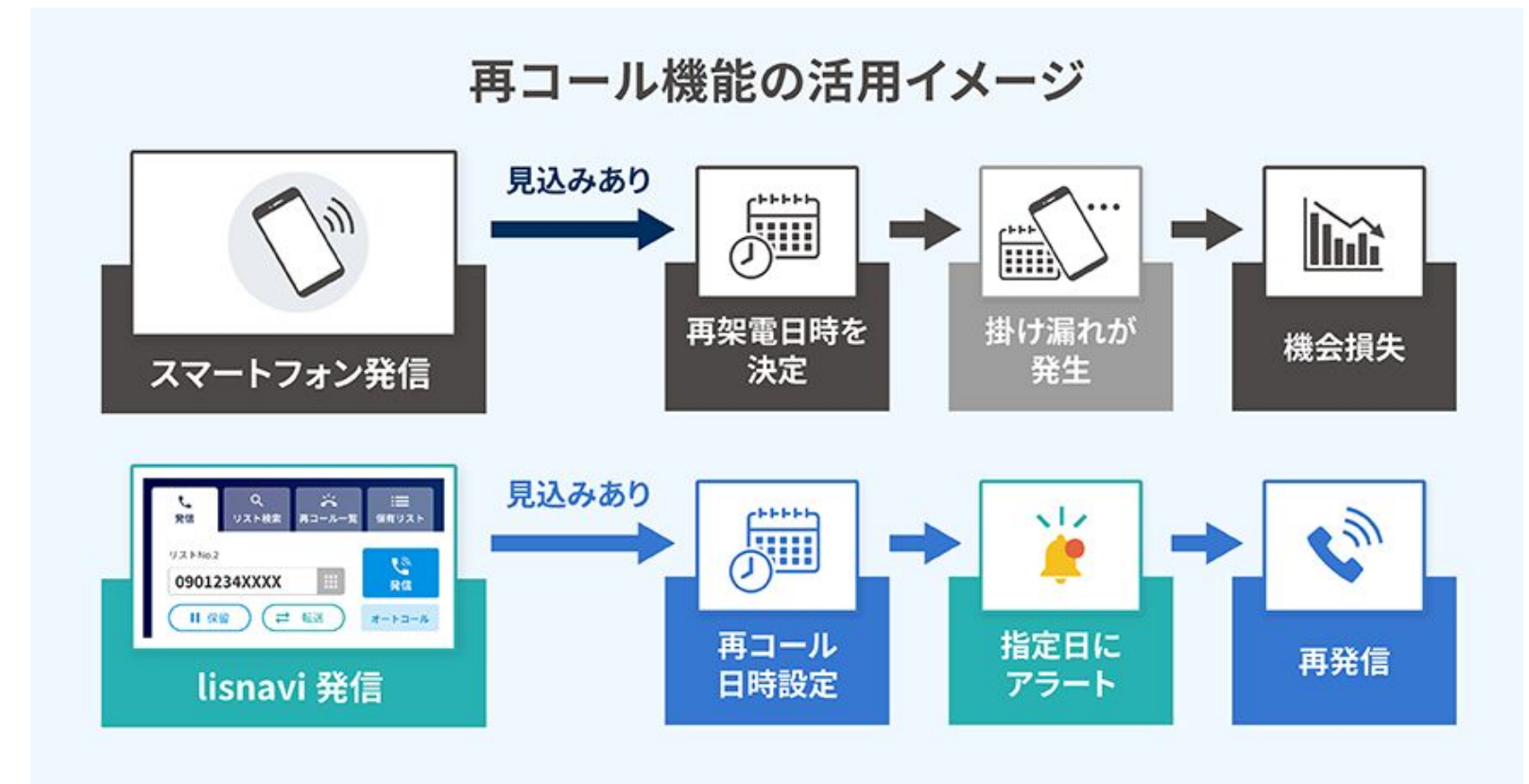
まず運用の核として取り組んだのが、**再コール管理による見込み追跡の徹底**です。

断られた場合は1ヶ月後に、日程が確定していない見込みは1～2週間後に再度アプローチするサイクルを決めており、新規リストと再コール（見込み）の比率は7：3で回しています。以前はかけ忘れが多かったのが、今は漏れなく追えるようになりました。通話終了時に次回の架電日時を設定しておく、**指定したタイミングでリマインダーが通知される**仕組みなので、見込み先を「また後で」にしたまま流してしまうことがなくなったのは大きな変化です。

見込み管理が整ったことで、次に力を入れたのが業種と時間帯を組み合わせたアプローチフローの設計です。

飲食店といっても、業種によって忙しい時間帯が全然違うので、それを逆算した時間割を組んでいます。10:00～11:00は居酒屋などディナー営業系の店舗でランチ準備が始まる前を狙い、11:00頃からは飲食以外の業種へシフトします。14:00～16:00はディナー営業店舗へ戻り、このゴールデンタイムはクイック発信を使ってコール数を最大化しています。17:00～18:00は喫茶店・カフェ、18:00以降は夜間営業の店舗へという流れです。ピークタイムを避け、店長やオーナーと接触できそうな時間帯にかけることを意識しています。

こうしたアプローチフローをさらに精度高く改善していくために活用しているのが、ダッシュボードによる「電力会社別のアポ獲得件数」の分析です。どの電力会社のエリアから成果が出やすいかを把握することで、見込み設定や重点アプローチの判断を数値ベースでできるようになりました。



アポイント獲得時は、メモ欄にあらかじめ作成しておいたテンプレートに沿って顧客情報を入力していきます。必要な項目が整理されているので記録漏れを防げますし、その内容をGoogleカレンダーと連携させることでスケジュール化まで完結できています。

導入後のサポート体制についてはいかがでしたか？

導入当初はシステムの使い方が分からない場面もありましたが、サポート担当の方に電話すると迅速に対応してもらえ、運用の立ち上げがスムーズに進みました。

特に印象に残っているのが、**導入支援のミーティングでダッシュボードを一緒に作り込んでもらったこと**です。スタッフ別の成績、業種別の接触率、電力会社別のアポ獲得件数、リストの消化状況など、自分たちが日々確認したい指標を整理してその場で設定してもらいました。「何を見ればいいか」が画面上に揃った状態から運用をスタートできたので、導入してすぐに進捗管理の解像度が上がったのを実感しています。

導入後、定量的な成果や組織の変化として現れていることはありますか？

最も大きな変化は、**1日のコール数が150件から200件に増えて、月間アポ数が6件から10件超へ、約1.7倍に伸びたこと**です。

スマートフォンから発信していたときは1日150件が上限でしたが、lisnaviに切り替えてから200件まで増加し、月間アポ数も10件以上を安定して超えられるようになっていきます。

定性的な変化として印象に残っているのは、未経験スタッフの成長です。lisnaviを導入してから「決まった時間にかける」という流れが自然と身についで、自分で見込みを管理できるようになってきました。**システムがあることで、行動の型が定着しやすくなった**んだと思います。

また、ダッシュボードで数字が見えるようになったことで進捗の確認もスムーズになり、どこに課題があるかを数値で話せるようになったのも大きな変化です。

今後の活用想定について教えてください。

現在、採用活動を進めており、人員を増やしていく予定です。スタッフが増えるにつれて、それぞれの見込み管理をさらに充実させていきたいと考えています。

あわせて、蓄積されてきたデータをもとに、電力会社別・業種別の分析をさらに深めていきたいです。「どのターゲットにアプローチすれば成果につながりやすいか」の解像度を、データが蓄積されるにつれて高めていく方針です。



プレディクティブコール*で 架電数が1.5倍、アポ獲得数が2.5倍に！



社名

株式会社ミナトさま

業界

リフォーム

従業員規模

100～499名

導入前の課題

- 1 架電担当者ごとの架電数、架電効率の差が大きかった
- 2 アポ獲得数が伸び悩んでいた
- 3 断片的な情報しか取得できず、各担当者の状態に合わせた教育が難しかった

導入後の効果

- 1 プレディクティブコールにより、一定の行動量と架電効率を担保できるようになった
- 2 接触効率も上がり、アポ獲得数が2.5倍に
- 3 各担当者の状態を可視化し、それぞれの状態に合わせた教育ができるようになった

まずは事業内容と、ご担当者さまの役割をお聞かせください。

当社は、分譲マンションのユニットバス・キッチン・トイレ・洗面台などを中心としたリフォーム事業に取り組んでいます。「安心」をテーマに、お客さまのより良い生活を守るために長期的なメンテナンスやサービスを実施し、リフォームを通して想像を上回る価値を提供し、ポジティブな社会の実現を目指しています。私たちの役割としては、主に「チームマネジメント」と「外回りの営業」の2つです。

マネジメント業務では、アルバイトの方々がおこなっている架電業務のサポートをしています。List Navigatorで取得できるデータを元に、架電効率や各メンバーの状況を把握し、フォローできるような体制を作っています。外回りの営業活動では、架電担当者が取ったアポをもとに実際に訪問をしています。

List Navigator. (現lisnavi) を導入された経緯を教えてください。

導入前は、別のCTIシステムを使用していました。しかし、プレディクティブコールがなく、オペレーターによって架電数に差があり、架電効率が低いことが課題でした。そのため、プレディクティブコールがあるCTIシステムで、行動量を担保したいと考えていました。また、オペレーターごとの詳細がすぐに確認できないなど、分析面での使いづらさもあったことも乗り換えを検討していた理由です。

List Navigator. (現lisnavi) に決めた理由は、カスタマーサクセスの充実度と、豊富な機能です。以前にList Navigator. (現lisnavi) を利用していた際、ちょっとした困りごとであっても、カスタマーサクセスの方に丁寧に対応してもらっていたため、いつでも気軽に相談できるという安心感がありました。そのうえで、プレディクティブコール機能、豊富な分析機能を含め、**自社の課題を解決するための機能が搭載されており、UIもシンプルで使いやすいと感じた**ので、導入を決めました。また、何社か比較したなかで、やりたいことと価格のバランスはList Navigator. (現lisnavi) が最も良かったです。

実際の運用方法を教えてください。

おおまかな流れとしては、「リスト戦略の策定⇒架電担当者が架電⇒アポ獲得⇒責任者が確認電話⇒外回り営業部隊が実際に訪問」という流れです。リスト戦略から確認電話まで、List Navigator. (現lisnavi) を活用しています。

まず、リスト戦略の策定では、購入したリストをもとに、主にエリアやマンションの築年数などでリストを分けて作成しています。その後、実際にリストを各架電担当者に差配し、架電結果をもとに最もアポイント獲得効率が高いリストへアプローチできるよう運用しています。

後確の電話では、架電担当者が獲得したアポに対して、その後実際に訪問する営業担当者からお客さまへ電話し、より詳細なヒアリングや訪問日程の確認をしています。

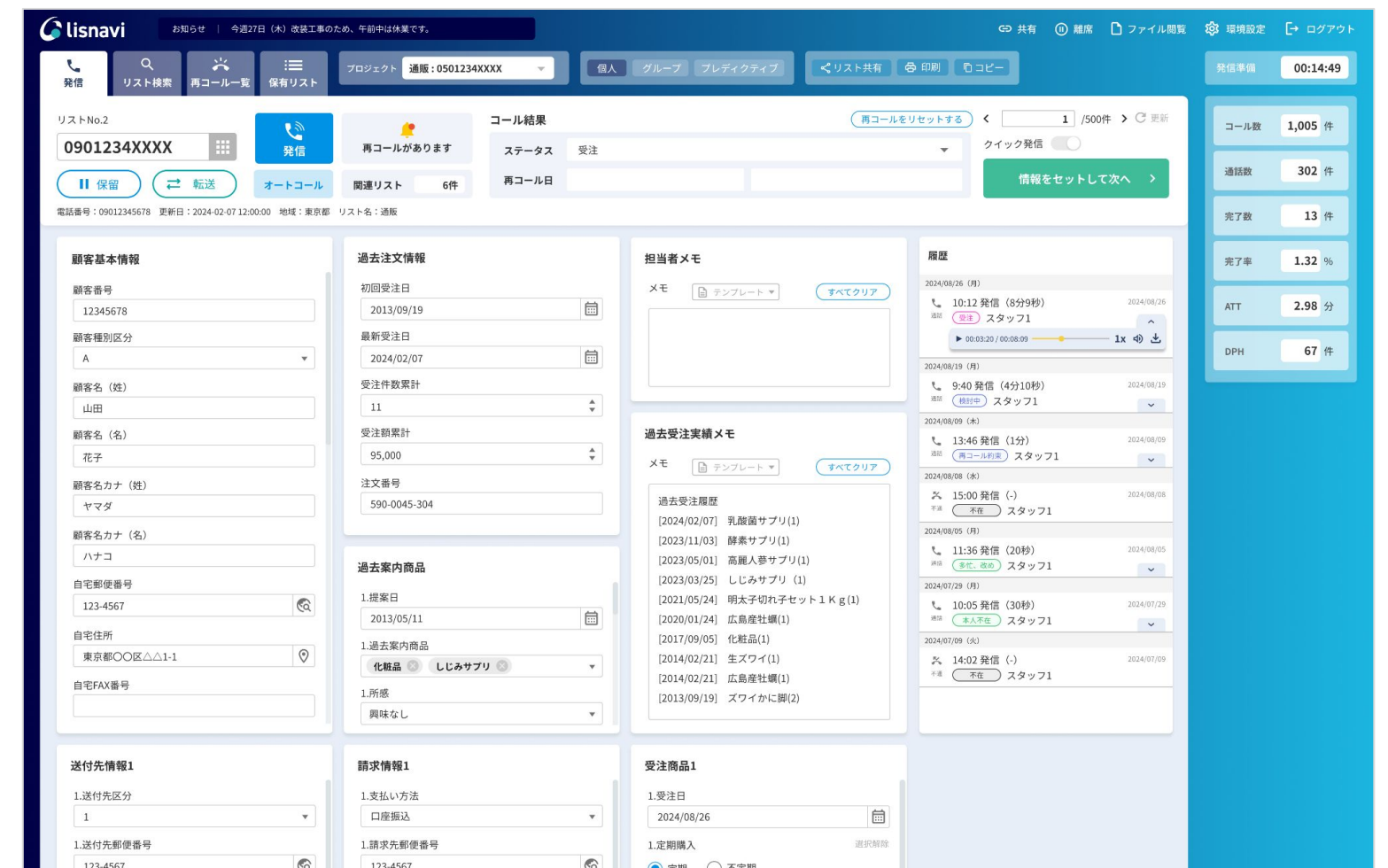
このように、マネジメント担当者と架電担当者、外回り営業部隊で役割分担をし、効率的に業務がおこなえる体制を作っています。

List Navigator. (現lisnavi) を導入してみて、率直な感想を教えてください。

管理者目線では、分析機能を活用して架電担当者ごとの傾向を把握することで、それぞれの課題に合った適切な教育ができるようになりました。

架電担当者のパフォーマンスや架電効率の部分などは一覧分析ですぐに確認し、もっと詳しくデータを見たいときにはcsvでデータをダウンロードして分析しています。Excelで、ダウンロードしたデータと過去データと合わせて統計を出してみたり、各架電担当者ごとの傾向を割り出してみたりと、List Navigator. (現lisnavi) で取れる様々なデータを活用しています。経験則ではなく、数値データをもとに声掛けや具体的なアドバイスができるので、改善のサイクルも早く、効果的なマネジメントができていると感じています。架電担当者目線では、とにかくUIが使いやすいです。新しいメンバーが入っても定着には時間がかからず、すぐに慣れていきます。

私もテレアポ経験があり、様々なツールを使ってきましたが List Navigator. (現lisnavi) が圧倒的に使いやすいなと思います。UIがスマートで好きですね。



List Navigator. (現lisnavi) 導入の効果を教えてください。

導入前と比較すると、**架電数が約1.5倍まで伸びました。**List Navigator. (現lisnavi) 導入のタイミングで異動があり、1人オペレーターが減ったので、人数が減ったなかで架電数は1.5倍です。具体的には、**月間約5万件だった架電数が、約7万8,000件**まで伸びました。これはプレディクティブの効果だと感じています。そして、**アポ数は導入前の40件と比べ、2.5倍の100件まで増えました。**架電数、アポ数ともに増加傾向にあり、数字としても確実に効果が出ています。

また、定性的な面では、モニタリング機能を使うことで研修がスムーズにできています。新しい方が入ったときには、まず会社の概要を説明し、通話内容の録音データを聞いてもらいます。その後、実際に架電している担当者の対応をモニタリングし、イメージを掴んでいただきます。リアルタイムでモニタリングができるので、具体的な架電対応のイメージが湧き、すぐに独り立ちができています。

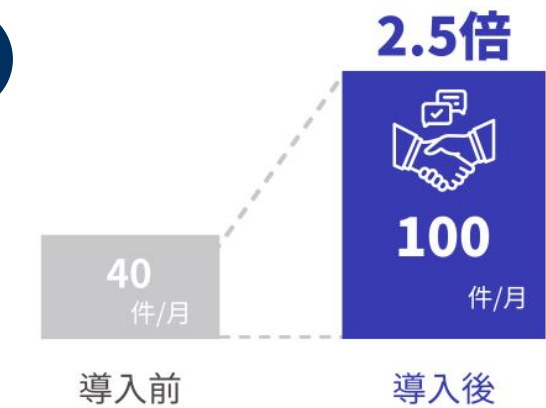
架電数UP

約**1.5倍**



アポ数UP

約**2.5倍**



数字としても確実に成果が出ていますね。今後さらに力を入れていきたい部分はあるですか？

エリアマーケティングの部分にまだあまり手が付けられていないので、これから強化していきたいです。

エリアごとの通電率や時間帯別の通電率、アポ率なども詳しく見ていきたいと考えています。効果的にアポイントを獲得するためには、誰がいつどうやってアプローチしたらアポが取れるのか、という点をもっと深掘りしていき、傾向を把握していければと想定しています。こういった課題では、専門家であるカスタマーサクセスの方々へ相談しながら、一緒に進めていけると嬉しいですね。

サポートの対応はいかがでしょう？

不明点が発生したときに、基本的にはすぐに回答をしてもらっていて助かっています。以前使ったことがあるシステムでは、回答に1週間ほどかかることが多く、「自分たちでなんとかしよう」という気持ちになっていました。

Scene Liveさんは、問い合わせへの回答も早く、丁寧に対応いただけるのでありがたいです。

最後に、List Navigator. (現lisnavi) を導入検討されている方にメッセージをお願いします。

CTIシステムを選定する際に重要なポイントは、機能、価格、サポートの3方面でバランスが良いことだと考えています。具体的には、テレアポをするのに必要な機能が全て備わっていて、分かりやすいUI。それでいて価格も高すぎず、分からないことがあったらすぐに回答してもらえるサポート体制があることです。List Navigator. (現lisnavi) であれば、それらのバランスが取れてるので、初めてCTIシステムを導入する企業様にもぴったりだと感じます。CTIシステムの導入は、会社にとっての投資です。せっかくお金をかけるのであれば成果も出て使いやすい、List Navigator. (現lisnavi) の導入をおすすめします。

お問い合わせはこちら

製品について詳しくは

[lisnavi 公式サイト](#)

お電話での問い合わせ

0800-777-3631

10:00～19:00（土・日・祝を除く）

通話
無料



株式会社Scene Liveでは、お客様への「安心の提供」と「信頼の獲得」を目的とし、右記の取り組みを進めております。

