

他社と一線画した戦略展開

『圧倒的な成果を出す営業力に定評』

大阪でコンタクトセンター事業を展開するTETRAPOT（テトラポット、本社大阪府、内田嘉彦社長）では、コンタクトセンター業界において、DXや生成AIなどのトレンドが台頭する中、他社と一線を画した独自の戦略を展開し、通

販企業からの支持を集め、事業を展開するTETRAPOT（テトラポット、本社大阪府、内田嘉彦社長）では、コンタクトセンター業務を行っていたという経験値を生かし、取締役Salesマーケティング事業部部長を務める渡部真一郎氏は、「インバウンド、アウトバウンド問わず、

大阪では通販専門のセンターを運営しており、座席数は約100席となっている。同社は23年、会社として本格的に通販業界への参入を開始した。業界を見て、後発での参入となり、「他社よりも『圧倒的な』成果を上げること」を目標に掲げ、事業を推進してきた。

「幸いなことに最初にご縁をいただいたクライアント企業から、まず少量の業務を委託する機会を得た。そこで、既存のコンタクトセンター企業と比較すると、当社の実力を証明することができた。まずは『獲得数』、そして『クレームを出さない』『品質』、この両面で他社を上回る成果を出すことができた」（渡部取締役）と話す。

「他社よりも必ず成果を出す」という自信について、主に①成果に対する企業文化のクライアントの目標達成と直結した

TETRA POT



取締役Salesマーケティング事業部部長・渡部真一郎氏

他社よりも圧倒的な成果を出すことにこだわっている」とい

「他社よりも必ず成果を出す」という自信について、主に①成果に対する企業文化のクライアントの目標達成と直結した



心動かす感動のテレマーケティング
あなたのCXパートナー

TETRAPOT株式会社
URL: <https://www.tetra-pot.com>



人事制度」などが関係している。

「当社は営業の会社として事業を開始している。コンタクトセンターという丁寧な受け答えをする『窓口』のようなイメージが強いが、当社のDNAは『営業そのもの』だ。その文化が会社の隅々にまで浸透している」（同）と話す。

オペレーターの評価制度も高い営業力の背景にある。同社のセンターでは、オペレーター一人一人の評価がクライアント企業の目標達成とダイレクトに連動している。獲得件数や継続率といったクライアント企業のKPI

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

Iが同社の社内目標となり、オペレーターのインセンティブに反映される仕組みだ。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

「やはり当社にとって最も大事なのはクライアント企業の成功だ。それが当社の成功であり、ひいてはオペレーター個人の成功につながる。これにより単なる『下請け』ではなく、クライアントと運命を共にする『パートナー』として強い当事者意識が生まれる。毎週のミーティングでも、『クライアントの目標を達成するために、当社はどうか動くべきか』という視点で議論が交わされる。この『当事者意識』こそ、他社との決定的な違いだと思っている」（同）と話す。

ストの中で、いかに成約率を上げられるかに高いプライドを持っている。

高い成約率を実現するために、同社では、ロールプレイングやサービスの知識習得などの研修を実施する。それ以上にオペレーターが取り扱う商品を「心から好きになってもう一つ」を目標としていくという。

「クライアント企業にも協力いただき、月に一度はオペレーターを交えた勉強会を開催している。サンプルを実際に使用してもらったりもする。化粧品だったら、オペレーターの中でも化粧品が好きそうな人をアサインしたりして、高度な研修を行い、オペレーターが商品へ愛情を持つことを狙っている」（同）と説明する。

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

人による顧客対応を実現していくという。

「正直に言うと、フロント業務におけるDXという点では、当社は遅れているかもしれない。しかし、それは意図的な選択でもある。なぜならデジタル技術は突き詰めれば、どの会社でもうまく導入できるからだ。そうなる結論、どこも似たり寄ったりのサービス内容になり、価格での競争に陥るだけだ」（同）と語る。

今後、顧客リストの精査や、社内業務にAIを導入することは検討していくが、顧客との最終接点であるファストワンマイルは「人と人であるべきだ」という信念を持つ。

「FAQで解決できるような問い合わせは、今後ますますAIに代替されていくだろう。しかし、契約や解約を考えているお客さまの不安や不満を深くヒアリングし、別サービスや別角度からの提案で満足を引き出すという『営業力』が求められる複雑な業務は当面、人間にしかできないはずだ」（同）との見解を示した。

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」

「DX時代に人に対応」