

顧客満足を高め 営業支援も可能にする新しい道具

そのCRMシステムは、ITメーカーにおける
サポート&サービス部門の仕事をどのようにデザインしたのか

ITの世界では、サービスが一つのキーワードとなっている。アライドテレシスが扱うネットワーク機器の領域でも、アフターサービスや技術サポートの重要性は高まる一方だ。

アライドテレシスの創業は1987年。日本中のオフィスにLANを普及させるとともに、スイッチやハブ、ルーターなどのネットワーク機器では高いシェアを獲得してきた。インターネット人口の爆発的な増加やブロードバンドの浸透、低価格帯の普及機投入などによって、ユーザー層もパーソナル領域へと広がっている。「メーカーのアフターサービス部門として顧客満足度の高い対応を実現し、アライドテレシスのファン層を増やしていくためにも、エンドユーザー管理を可能とする新しい顧客データベースの構築が課題でした」と

語るのはサポート&サービス本部の高橋良友本部長である。

アライドテレシスの横浜カスタマーセンターでは、95年に外資系メーカーのACD（オート・コール・ディストリビューション）システムを導入。空いているオペレータに効率良く電話を繋ぐ仕組みを実現し、サービスレベルを80%にまで引き上げた。しかし、従来のシステムでは仕様変更のたびにメーカー側に対応を依頼する必要があり、メンテナンスコストの負担も大きい。自社の情報システム部門で柔軟にカスタマイズを行うことができなかった。これまで、顧客データベースはあったものの、エンドユーザーを管理し、横浜カスタマーセンターでの顧客対応に活用できるような中身ではなく、カタログなどを見た顧客からのコンタクトを受ける営業本部のプリセールス部門も独自の顧客データベースを保有していたが、部門が異なるために両者の連携はなかった。

横浜カスタマーセンターは、技術

的な相談に対応できる高い専門性は持ち合わせている。しかし、オペレータの高いスキルだけでは、より高い顧客満足度を達成することは難しいだろう。顧客データベースによって一人ひとりの購買履歴や対応の経緯などを即座に把握できる仕組みが整えば、スピーディできめ細かい対応が可能となる。顧客の潜在的なニーズを掘り起こすような提案も実現するはずだ。

顧客対応に改革をもたらす

そこで、横浜カスタマーセンターおよびプリセールス部門では、顧客とのコンタクトポイントに沖電気のCTstage（シーティーステージ）導入を決める。「複数のCTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）システムを比較検討しましたが、導入実績に優れていたCTstageを選択しました」と末木次長。さらにCRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）システムとしてCTstageとの連携に優れた沖ソフトウェアの「enjoy・CRM（エンジョイ・ドット・シーアールエム）」を導入。顧客データベースを統合し、営業部門をはじめとする社内での情報共有を実現した。



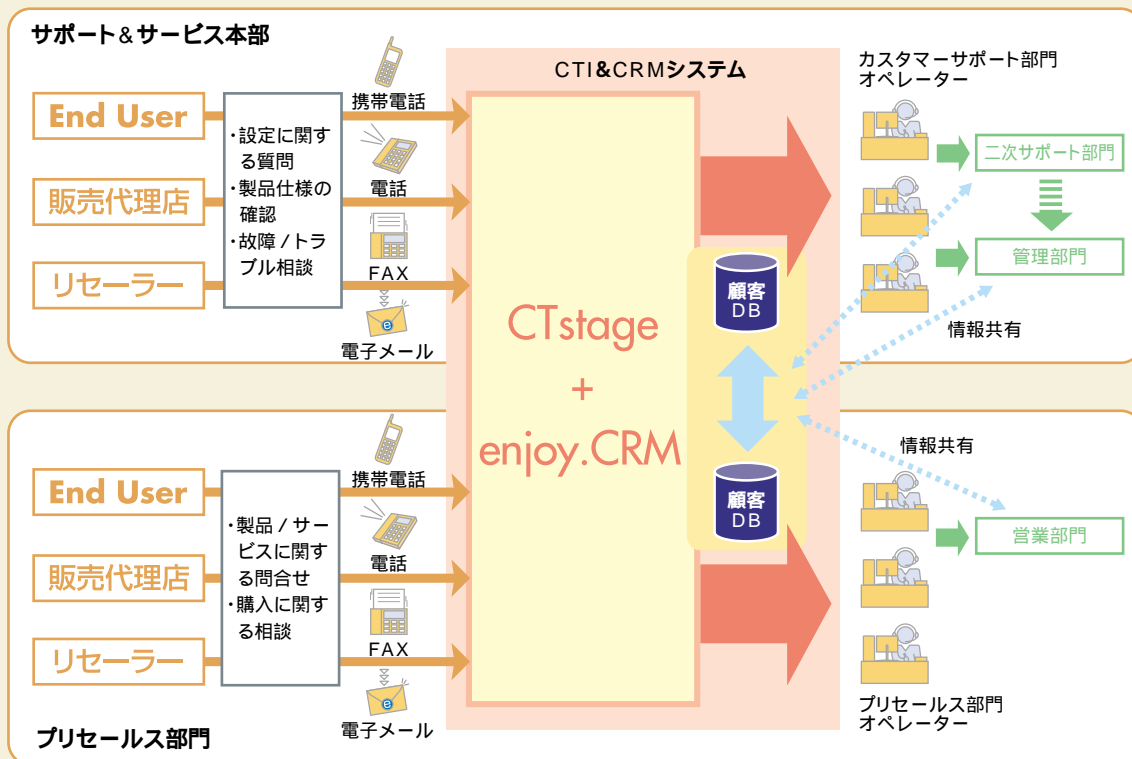
サポート&サービス本部
高橋良友本部長



カスタマーサービス部
末木武彦次長

アライドテレシス株式会社

総合ネットワーク機器メーカー。LANのバイオニアとして国際的に展開。1987年3月設立。10月アメリカ法人を設立。88年2月にLAN関連機器の販売開始。その後、HUB、トランシーバーの国内トップシェアを獲得。さらに現在ではレイヤー2/3スイッチにおいても、高いシェアを誇る。2000年7月、東証2部へ上場。



末木次長はCTstage導入にあたって「とりわけ、コスト負担の少ないメンテナンスに魅かれた」と語る。WindowsベースのCTIであるCTstageならば、仕様変更なども現場で作業できる。

「問い合わせ先の電話番号を複数設定できる機能にも注目しています。顧客のカテゴリーや購入した商品別に入り口を分けることによってオペレータは顧客の属性を瞬時に把握し、それぞれの顧客ニーズに応じた対応を可能にする意義は大きいでしょう。顧客満足度を高めるツールとして活躍させたい」と末木次長。FAXを電子化することで電子メールや電話など一元化して管理できる「ユニファイド・メッセージ機能」も、それまでの問題を解決したようだ。どうしても後回しにしがちだった

FAXでの問い合わせにも、クイックレスポンスを実現している。一方、「時間帯別のサービスレベルをリアルタイムに把握できるので、正確な判断をスピーディに下せるようになりました。オペレータのシフトなど横浜カスタマーセンター全体の効率的な運用も可能になりました」と高橋本部長。マネジメント領域での効果も見逃さない。

顧客の姿を把握する

直販をしないアライドテレシスにとって、最もエンドユーザーに近い場所にいるのが横浜カスタマーセンターである。ここにCRMを導入することで、受け身という性格の濃いセクションが変貌を遂げる。例えば、ある新商品の情報を伝えるべき顧客層も、顧客データ

ベースの活用で容易に導き出されるだろう。末木次長が「新しい技術のセールスマンとして、新技術や新商品の最新動向を情報発信することも重要な役割」と語るように営業支援の役割も期待できる。プリセールス部門の顧客データベースと融合すれば、販売とアフターサービスの顧客情報が一元化されることとなり、顧客の姿をより正確に把握することにも繋がる。

24時間運用とサポートサービスの有償化を最終的なターゲットに定める高橋本部長も「CTstageの導入によって、次なるステップへの足回りが整った」と自信を深めているようだ。激変するビジネス環境への柔軟な対応で成長してきたアライドテレシスは、新たなインフラを手に入れたともいえるだろう。

お問い合わせ先
沖電気工業株式会社
 PC/WSインフォメーションセンター
 TEL 0120-490-988
 URL <http://www.ctstage.com>