

CRM ユーザー導入事例

OKI CTstage4i

シャルレ

900万ユーザーとのCRM強化に向け 「CTstage 4i」でマルチチャネル対応センター構築

顧客との直接的な接点が少ない卸業ゆえの課題を抱えていたシャルレは、約900万会員との情報交換の場として、沖電気工業の「CTstage 4i」を核にしたマルチチャネル対応のコンタクトセンターを開設した。販売店網が展開するユニークな顧客密着型営業との相乗効果で、CRM強化を強力に推進していく考えだ。

婦人向けアンダーウェアやスキンケア商品等の卸販売を手がけるシャルレは、「ビジネスメンバー」と呼ぶ販売店網として約2300の代理店、その傘下となる約19万もの特約店を有する。

エンドユーザーへのアプローチは、主に特約店の役目。その販売活動においては、ホームパーティー形式の「試着会」を通じて、フィッティングのアドバイスをしながら納得のいくものを選んで購入してもらい、注文や予約を受けた商品は特約店が直接購入客に届けるという独特な顧客密着型の営業スタイルを採用している。

こうしたビジネス展開が奏効し、顧客数は、1回1万円以上の商品購入者を対象とした「メイト会員」だけで900万人を超えている。

しかしながら、シャルレでは販売組織が膨らむにつれて1つの懸念が頭に浮かんできていた。「“お客様第一”を企業ポリシーに掲げながらも、お客様の声を拾い切れていないのではないかと」と、同社の橋本欣也執行役員は話す。

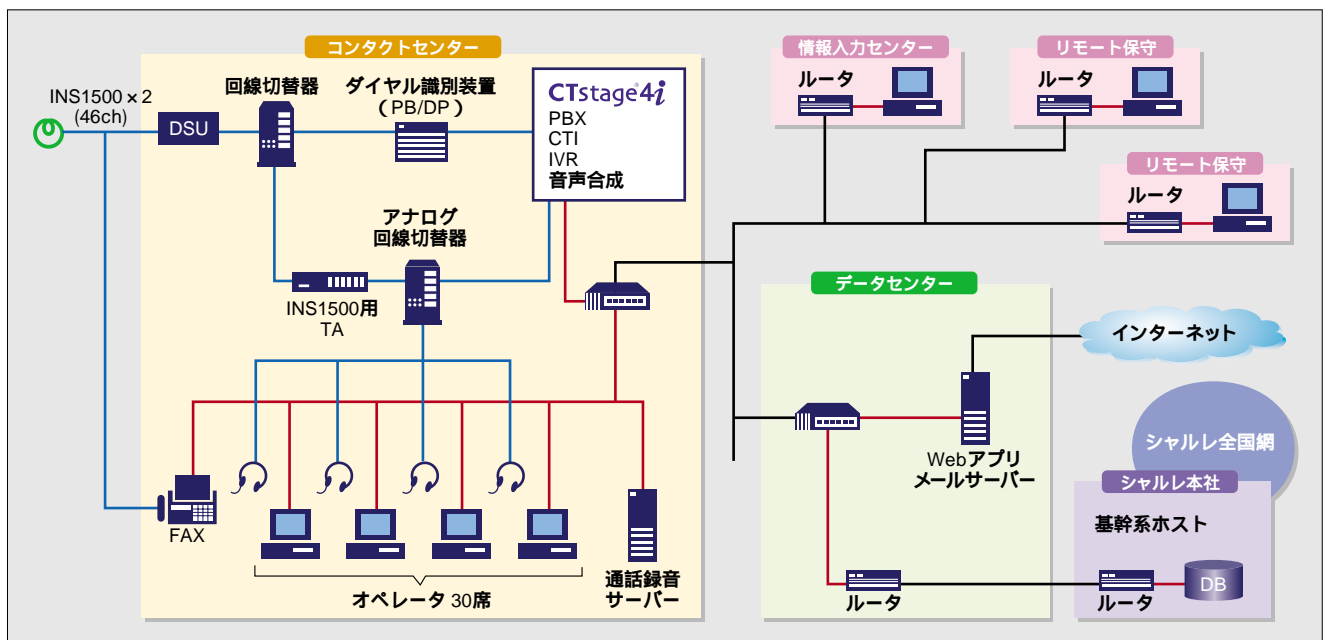
商品への要望やクレーム等を受け付ける「お客様相談室」は以前から設置しているが、ビジネスフィールドにおいて同社は

あくまで商品供給と販売支援の役柄。エンドユーザーにダイレクトなアプローチは行わないのが卸業の鉄則だ。それでも、「お客様と何らかの形で接点を持ち、相互に情報をやり取りできるようにしなければ、厳しい企業競争の中で勝ち抜いてはいけな」と考えました（橋本執行役員）

柔軟性と拡張性を重要視
CTstage 4iを核にしたCRMシステム

「顧客データベースを整備しCRM強化へ」シャルレが本格的に動き出したのは2年ほど前。まずはベースとなるコンセ

シャルレのコンタクトセンターシステム概要





株式会社シャルレ
 ビジネスプランニンググループ
 情報管理グループ
 キャリアサポートグループ
 担当
 執行役員

橋本欣也氏

プト作りから始めるべく、CRM コンサルティングやe-コンタクトセンター運用を実践している情報工房(宮脇一社長)に協力を依頼した。また、具体的なシステム設計・構築に向け、IVRシステムベンダーでCTI関連のSIビジネスを手がける電話放送局が参画した。

そして2004年4月15日、プロジェクトの成果となるマルチチャネル対応の「シャルレコンタクトセンター」が稼働を開始した。

シャルレコンタクトセンターの構成概要は図の通り。単なるコンタクトセンターの設置ではなく、メイト会員のデータを一括管理する「データセンター」、新規メイト会員情報や納品書情報の入力を行う「情報入力センター」、従来から販売チャネルのデータを管理している「シャルレ本社」等をネットワーク化した大がかりな仕組みになっている。理由はもちろん、同社のビジネスにおいては「メイト会員・担当特約店・担当代理店」を一連の情報として把握する必要があったためだ。

コンタクトセンター内の中核システムには、Windowsベースによるシステムの柔軟性とWebシステムとの親和性、および拡張性に優れた沖電気工業の「CTstage 4i」を採用。外線側はINSネット1500を2回線、内線側のオペレータ席については開設時点で30席を用意し、業務拡大にあわせた増設が可能だ。また、センターへの電話は、メイト会員だけでなく特約店や代理店からの問い合わせ等もある

ため、IVR機能を用いて相手の属性を特定し、さらにメイト会員からの住所や氏名等の変更、代理店・特約店からの担当顧客や購入履歴の確認といった要件には自動音声応答で効率的な処理が行えるようにしている。

もう一つのポイントとしては、通話録音装置が挙げられる。通話内容の保存に加えて、オペレータの教育や評価にも有効活用する狙いから、電話放送局のノウハウを生かし高度なカスタマイズを施した。具体的には、通話録音とオペレータのPC端末を連動させ、音声ファイルの中に作業内容別のタグ(例えば、住所・電話番号の登録、問い合わせ内容・クレーム内容の入力、担当特約店の確認等々)を逐一書き込むようにした。このタグを使えば、膨大な通話録音データの中から必要とする作業内容を検索・整理し、オペレータ研修用のサンプル等を簡単に作成できるわけだ。

**システムの次は情報基盤の整備
 3年計画でCRM施策を本格化**

シャルレコンタクトセンターでは当面、メイト会員の「登録更新」によるデータベース整備を進めるために、登録申請書を配布している代理店・特約店からの問い合わせや、Webからの申し込みに対応する作業が主体となる。既存顧客をメンテナンスし、確固たる情報基盤を作り上げようというわけだ。

お問い合わせ先

沖電気工業株式会社
 パソコン/ワークステーションインフォメーションセンター
 TEL：0120-490-988 受付時間 9:00～17:00/月曜～金曜(祝日を除く)
 URL：http://www.ctstage.com



次のステップでは、顧客情報の収集とともに、アウトバウンドによるコンタクトセンター側からの情報提供にも力を入れ、市場カバー率向上を狙う。そして、第3ステップとしてWebやメールもフル活用したCRM施策を本格展開していく。シャルレでは、ここまでを3年のスパンで計画している。もちろん、その遂行の過程ではビジネス環境の変化に応じた席の増設や機能拡張などが必須となるが、CTstage 4iを核とした柔軟で迅速な対応が可能なシステム、情報工房と電話放送局による強力なサポート体制がすでに織り込まれている。

橋本執行役員は、「コンタクトセンターで集めたお客様情報を今後の商品開発や生産計画等にも生かしていきたいですし、代理店や特約店の方々にも購買履歴等をもとに効果的な販売戦略を立てていただきたいと考えています」という。全国各地域における顧客密着型のユニークな販売手法とコンタクトセンターに集約された情報のリンクによって、シャルレのビジネスに相乗効果がもたらされることは間違いなさだろう。