

コムテックのマーケティングサポートセンター戦略で威力「CTstage 4i」のIPコンタクトセンターソリューション

ITを核としたアウトソーシングビジネスを提供するコムテックは、コンサルティング、システム開発、ヘルプデスク、テレマーケティング、商品発送といった一連の業務をトータルソリューションとして提供する「OneCOMTEC」を基本コンセプトとして掲げる。その中核的役割を担うのが、「マーケティングサポートセンター」である。そして、これを支えるのが沖電気の「CTstage」。日比谷花壇のコールセンターでは、早くもこれを利用した受注業務の効率化で成果をあげている。

コムテックは、1976年に設立した情報処理サービス、システム開発、ネットワーク運用、コンサルティングなどを提供する企業である。91年にはJASDAQに店頭登録、2003年3月期の連結売上高は148億円を誇っている。

同社の強みは、グループ会社との連携により、顧客企業の業務を一手に引き受け、エンド・トゥ・エンドのトータルソリューションサービスを提供する点にある。

グループ会社には、システムの開発、運用を行う「ケイ・シー・ティ」、人材派遣、人事・総務業務のアウトソーシングを行う「ヒューマンウェア」、インターネットマーケティングを行う「アイギフト」、テレマーケティング・コールセンター事業を行う「ベルハート」、ソフトウェアの製造・物流・ fulfillment

サービスを行う「メディアコミュニケーション」があり、それぞれの事業を連携させたトータルソリューションサービスを提供することが可能だ。

同社では、この考え方を「OneCOMTEC」と定義し、コムテックグループとして、企業のあらゆる要求への対応と、ワンストップでのソリューション提供を実現した。

「これまでは、グループ各社が個別のソリューションを提供するだけに留まっていたという反省がありました。その一方で、顧客側もトータルソリューションを求める声が高まってきたという背景があります。グループとしての連携によって、当社ならではの差別化ができると考えたのです（コムテック・松田英典社長）。



日比谷花壇コールセンター

User Profile

コムテック株式会社
所在地: 東京都港区芝浦
設立: 1976年11月6日
資本金: 732,875千円
URL: <http://www.ct-net.co.jp>



コムテック
代表取締役社長
松田 英典氏

これを実現する中核的な役割を果たすのが「マーケティングサポートセンター」だ。マーケティングサポートセンターは、いわばコムテックグループならではの強みが発揮できる戦略的な取り組みともいえる。

CTstage 4iを採用し、サポートセンターのインフラを確立

マーケティングサポートセンターの核となるのは、従来からグループ会社数社にまたがり推進してきたコールセンターおよびテレマーケティング事業である。その名の通り、顧客企業のマーケティングおよびサポート業務を担うための中核的機能はここに集約される。

そして、これを支えるのが、沖電気のCTstageである。グループ会社のなかでは、すでに別のCTIソリューションを導入していたケースもあったが、マーケティングサポートセンター化に伴って、拠点間を連携するコンタクトセンターのプラットフォームとしてCTstage 4iを採用した。

「WindowsベースのCTstageならではの柔軟性、IP機能強化による拡張性、そして、当社のCRMパッケージソフトであるeWORKSとの親和性といった点から、CTstage 4iを選択しました。また、過去の実績に裏打ちされた沖電気に対する高い信頼性、安心感も導入決定の大きな要素のひとつでした（松田社長）」

松田社長自身、日本IBM時代に沖電気のCTstageを販売した実績をもつ。自らがCTstageの優位性を熟知した上での導入だった点も見逃せない。

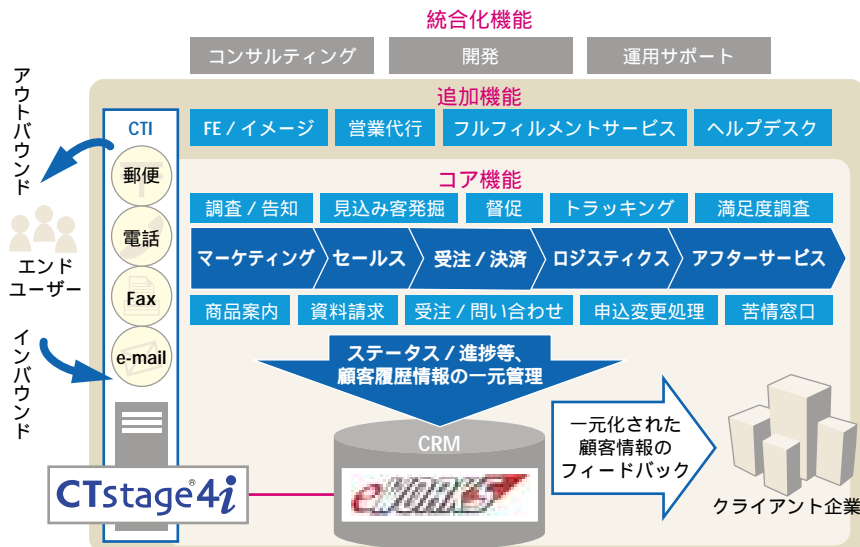
フレキシブルなルーティングで日比谷花壇の受託業務に効果

CTstageが実現する柔軟性という点では、コールセンターへの負荷が集中する際に、これを他の拠点に振り分けられるというIP対応のメリットがある。コールセンター業務はクライアントの業態によっては、その負荷が時期によって極端に変化するため、幅広いユーザーニーズに対応するには柔軟性の確保は必須といえる。

同社の主要クライアントの1社である日比谷花壇も、コールセンターへの負荷が時期によって大きく変化する企業のひとつだ。コムテックでは、日比谷花壇からの受託業務として、電話、FAX、郵便、Webによるコールセンター業務を請け負っている。

日比谷花壇には、年間を通じていくつかの需要期があるが、なかでも5月の「母の日」は、極端ともいえるほどの負荷がかかる。1カ月間で9万件以上の注文が集中するほどだ。しかし、IPネットワークを使い、コムテックグループが持つ中野・小田原・大阪・三鷹の4か所のコールセンタ

マーケティングサポートセンター機能図



ーに柔軟に振り分けることで集中するコールの負荷を分散することができる。

CTstageのソフトスイッチアーキテクチャであれば、当社が構想しているオールIP化のコンタクトセンターを実現することも可能だ。これにより、オペレータの分散化とシステムの一部集中化が実現でき、これまで拠点ごとに分散していたシステムやデータベースを一ヶ所に集約することで、コンタクトセンターの運営を柔軟かつ大幅に効率化させることができる。

「IPコンタクトセンターのメリットは測りしれません。例えば、負荷集中時の分散化といったメリットだけでなく、ASP型のコンタクトセンターサービスや、在宅型オペレータ雇用の実現、当社のeWORKSとの連携により、顧客分析を容易に行えるといった付加価値サービスも提供できます。ソフトスイッチ化は投資コストや通信コストの削減効果ばかりがクローズアップされがちですが、クライアント企業に対する様々

なサービスを提供できるようになるという点で、コスト削減効果以上の大きなメリットがあるといえます」

eWORKSとの連携によって、顧客の属性を把握した上でのアウトバウンド型のビジネスへの展開なども実現できるため、より戦略的なマーケティング提案が可能になる。

「今後は、eWORKSとCTstageの親和性をますます高めたいと思っています。中野のコールセンターを、eWORKSとCTstageのショールームとして公開することも考えています。それによって、クライアントに対する安心感とともに、当社のサービス事業拡大につなげることができると考えています」と松田社長は語る。

CTstageによって実現されるマーケティングサポートセンターは、コムテックのトータルソリューション戦略の上で、重要な役割を果たすことになる。

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