

CTstage導入事例 JT B地球倶楽部西日本

ローコストオペレーションと 顧客満足度アップを両立した

海外格安航空券販売の「とんじゃお powered by JT B」

海外格安航空券の販売は、非常に競争が激しい業種。このジャンルでは意外にも“後発”であるJT B地球倶楽部西日本は昨年、コールセンターの機能アップを図るため沖電気のCTstage(シーティーステージ)を導入。大きな効率アップを実現すると同時に、顧客対応のスムーズさによってリピーター獲得にも寄与する相乗効果を挙げている。

旅行業界で最も苦情が多いのが電話である。「電話に出ない」「待たされる」と評判が悪い。これは旅行会社にとってもデメリットである。電話に出られないのは他の電話対応に時間をとられているためだし、待たせるのは調べもののために席を外すからだ。これでは効率が悪い。その問題を抜本的に解決しようと考え、大きな成功を収めた旅行会社がある。格安航空券

旅行業界の基本は対面販売。しかし、一九九六年の旅行業法の改正以降、電話による通信販売が急成長している。同社でも九七年に「関西旅の予約センター」がスタートしている。コールセンターの基本機能の一つが、「ACD」と呼ばれる着信をオペレーターに均等配分するシステムである。「関西旅の予約センター」でも開設当初からACDを導入していた。そしてこの経験を生かした次のステップとして、二〇〇〇年四月にスタートしたのが格安航空券販売サービスの「とんじゃお」。そしてコールセンターに導入されたのがCTstageだった。

導入の理由について、JT B地球倶楽部西日本の取締役を務める松崎久子・FIT事業部長は次のように話す。「かねてより、ITを活用して電話通信販売で何ができるのかを考えてきました。『旅の予約センター』では、お客様が何の媒体(広告)

を専門に扱う「JT B地球倶楽部西日本とんじゃお」だ。格安航空券を販売するコールセンターに沖電気のオープンCTI製品「CTstage」を導入し、顧客対応と作業改善に成果を挙げている。

コールセンターの 機動的な運用を可能にした CTstage

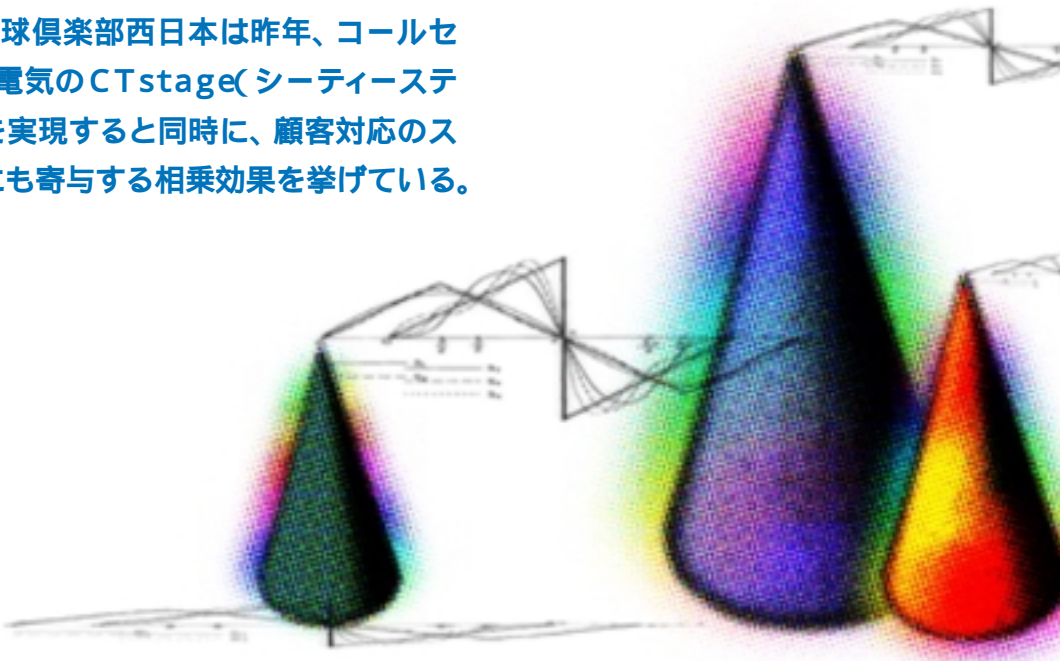
を見ての電話かわかるシステムだったのですが、それをさらに進めたいと考えたときにCTstageは魅力的でした」
格安航空券は利幅の薄い商品を売るのだからオペレーターの効率運用は不可欠だ。時間帯によって電話のかかってくる本数も違う。CTstageではソフトの設定でオペレーターの配置を変えられるので、機動的な運用が可能になった。

顧客データが即座に画面に オペレーターの無駄な動きを排除

「とんじゃお」では、コールセンターの営業時間についても合理的な運用が実現した。航空会社の窓口業務の時間帯を考慮すると、夜間・休日に電話での申し込みを受け付けたとしても、航空会社と接続できないため、必ずしも顧客サービスの向上につながらない。そこで「とんじゃお」ではボイスメールを活用し、日曜祭日は休み、終了時間も一八時三〇分までとした。

これにより、単純計算でも年間五〇日強の人件費を節約し、一日あたりの労働コストも軽減された。販売コストを抑えれば、それだけ商品の価格を下げる余力が生まれるのだから、顧客にとっては喜ばしい。

CTstageのもう一つの「進化」が、データベースの活用だ。旅行業界では「カルテ」



顧客中心時代の
CRM戦略

特別広告企画
IT特集2001



「とんじゃお」ホームページ
http://www.tonjao.com

松崎久子
JTB地球倶楽部西日本
取締役FIT事業部長



受注件数は大幅に増えたが
要員増は最低限に抑える

CTstage導入の効果は非常に大きかった。「二〇〇〇年実績は九九年の二七％、今年六月段階ですでに前年同期比一七八％を達成しています」(松崎事業部長。一年半で約四倍の伸び率になる。その間の要員数は、わずか一・四倍程度

と呼ばれる顧客データ票がある。オペレータが電話を受けると、デスクを離れこのカルテを探すところが紙のカルテは、探すのに数十分かかることもめずらしくない。そこでいったん電話を切り、探してから顧客に電話をかけ直す作業になる。一本の成約のために一〇回近く電話をかけ直すこともある。

従来は必要悪であったこの無駄な動線を、CTstageが抜本的に解決した。

顧客情報はすべてデータベース化され、着信時に発信番号を判断し、瞬時に顧客データがオペレート画面にポップアップされる。カルテを探す手間が省け、すぐに要望を聞き、商品を紹介できるようになった。顧客側からもスピーディな対応は歓迎されている。この体制がスタートしたのが昨年一〇月である。データがポップアップされる既登録の顧客は全体の約三六％だが、着実に比率を増やしている。

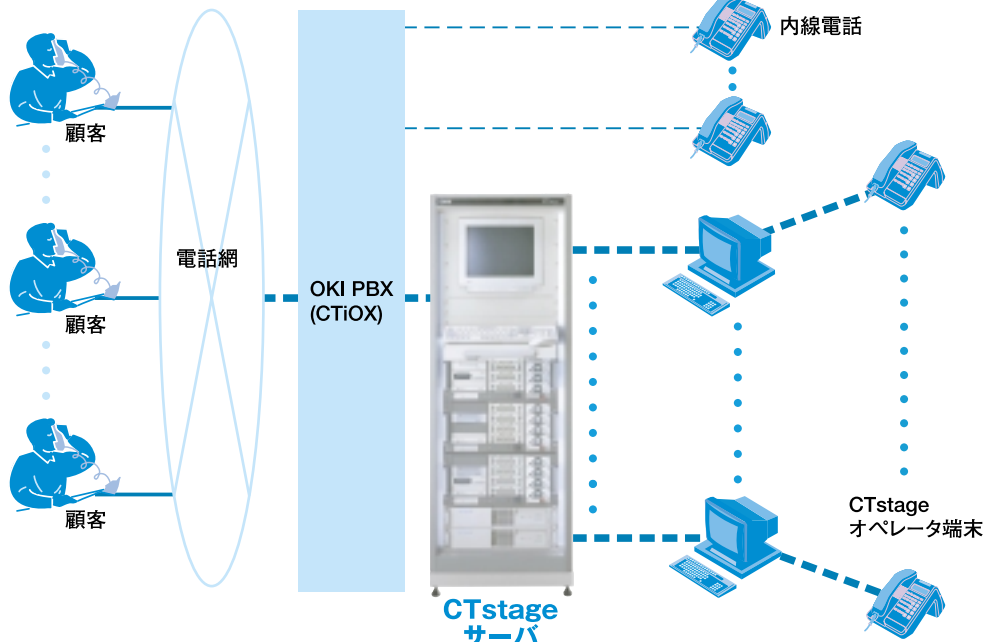
アウトバウンド機能によって
顧客との関係をさらに強く

CTstageには多彩な機能が装備されているが、「とんじゃお」では、まだその一部しか使っていない。現在は、インバウンド(受信)機能のみを利用しているが、松崎事業部長が構想しているのはアウトバウンド(発信)の強化だ。

CTstageには「ユニファイド・メッセージ」という機能がある。これは電子メール、ボイスメール、FAXメールなどを一元管理し、シームレスに送信できる。現在も「とんじゃお」では週一回金曜日にメールマガジンを発行し、顧客とのコミュニケーションを図っている。さらに、FAXもユニファイド・メッセージを使えば簡単に同報発信ができるようになる。次のバージョンアップはこのあたりになりそうだ。

に抑えられている。残業も減った。以前は電話受付が終了した後も書類処理などの業務で残業は不可欠だったが、データベース連携ができるようになってからは、電話を受けている間のやりとりで基本的な処理は完了する。「残業が減った分コスト競争力が上がるわけです」と松崎事業部長は胸を張る。

図:JTB地球倶楽部西日本 コールセンター概要



崎事業部長はいう。しかし「とんじゃお」のコールセンターは、CTstageの導入によって効率的なオペレーションを実現した。それは、ここまでで紹介したデータでも明らかである。しかし、何よりも大きな成果は、顧客の満足度が向上したことだろう。同社がまとめているアンケートによれば、利用客の

実に九二％が「とんじゃお」を再利用したい」と回答している。CTstageを中核にしたコールセンターが、顧客満足度向上、コスト削減、さらにオペレータのモチベーション向上も果たしている。まさに、CRMツールはこのような好循環のなかで構築され、進化するべきという好例である。

提供/ 沖電気工業
http://www.ctstage.com
問い合わせ先 PC/WSインフォメーションセンター ☎0120-490988
受付時間 9:00~17:00 月曜日~金曜日(祝日は除く)
取材・文 / 佃 正博 撮影 / 新関 雅士