

OKI「CTstage2.0」

ユーザー事例

株式会社 毎日コミュニケーションズ

コストパフォーマンスと多様な業務内容に対応できるのが大きな魅力

従来コールセンターを構築するには、PBXとCTIサーバーを組み合わせるためかなりの投資が必要となっていたが、ここに来てPBXを必要としないUnPBXタイプのコールセンターが注目を集めている。数席～数十席といった比較的小・中規模なコールセンターを低コストで構築することができるからだ。

就職情報誌やパソコン関連の出版物、ゲームソフトの販売などを手がける毎日コミュニケーションズのテレマーケティング事業部では、オペレータ業務の効率化を図るとともに事業の拡大を目的に沖電気のCTstage2.0を導入し、UnPBXタイプのコールセンターを構築。この7月1日から本格稼働を予定している。

「今やCTIを導入しなければ、テレマーケティングビジネスの土俵に上がれない時代です」と毎日コミュニケーションズ・テレマーケティング事業部の木戸茂部長は危機感を募らせる。

同社は、新聞の発行及び出版業、絵画・美術品の輸入販売業等を目的に、毎日新聞社の子会社として1973年に設立され、新規学卒者向けの就職情報誌の発行とパソコン関連の雑誌及びゲームソフトの販売などが主力となっている。81年に新規学卒者を対象に就職情報誌「毎日就職ガイド」を発行。当時はどの企業も優秀な人材の確保に血眼になっていた。顧客である企業サイドから「DMだけでは学生を集める力は弱い。何か学生にインパクトを与えるような就職セミナーのような

ものを企画してほしい」というニーズがあがってきた。そこで、DMのあとのフォローとして、学生に電話でセミナーの案内をするアウトバウンド業務を手がけるようになる。これがマーケティング部門ができるきっかけである。85年のことだ。しかし、同社はテレマーケティングのノウハウがないため、顧客である企業をマネジメントする以外のテレマーケティング業務はすべてアウトソーシングだった。年間で300万コールにも達するほど就職セミナーはかなりの反響があり、アウトソーシングではコスト的な問題もあり、90年に神奈川県川崎にコールセンターを設け、テレマーケティング部門が発足することになる。

その後、バブル崩壊後コールセンター

の規模を見直し、94年にはコールセンターを都内に移転。「コールセンターといってもCTIを導入していたわけではなく、ACD機能などPBXの機能だけで運用していました。しかし、規模は縮小しても、サービスのレベルダウンはもちろん、個人やSOHOを対象とした秘書代行や通販代行といった時代のニーズに合った新しいサービスを提供していきたいという考えもありました」と、同業務課課長の伊藤直久氏。さらに、企業各社がリストラを行いアウトソーシングを進めている昨今、外部委託された業務を確実にこなすための通信・情報ネットワークが必要だった。そこで、99年3月にPBXのリースアップを迎えるタイミングに合わせて、CTIの導入を2年前の97年から検討していた。

業務設定のしやすさと操作性の良さが決め手

99年2月に沖電気のCTstage2.0の導入が決まり、7月1日から本格稼働を予定している。CTstage2.0を選んだ理由について、伊藤氏は「UnPBXタイプなので低コストで導入できることとWindowsNTベースで電話業務ができることが大きな魅力でした」と語る。

「CTstageはマイクロソフト社のWindowsNTの環境で動作するため、業務用アプリケーションの開発がバックオフィス製品の組み合わせででき、専用ツールなどの操作を覚える必要がないという操作性の良さにも注目しました」

さらにIVR機能を既に搭載していることや電子メール、ボイスメール、FAXなどを統合的に利用できるユニファイド



株式会社毎日コミュニケーションズ
テレマーケティング事業部部長
木戸 茂氏



同
テレマーケティング事業部
業務課課長
伊藤 直久氏

株式会社毎日コミュニケーションズ

取締役社長：佐々山 泰弘
本社：東京都千代田区一ツ橋1-1-1
設立：1973年8月15日
従業員数：466名
資本金：17億4050万円
売上高：176億円（1997年9月現在）
事業内容：
新聞の発行及び出版事業、就職情報誌、進学情報誌の発行、広告業、絵画・美術品等の輸出入、販売、展覧会の開催及びオークション事業、市場調査、顧客管理等のテレマーケティング事業など

メッセージ機能を有し、外出先から電話でリモートコントロールが可能となっている。このユニファイドメッセージの機能は、秘書代行業務には必要な機能であることから、高い評価を下している。

「CTIの導入にあたっては、当然、他社製品とも比較検討しました。他社製品のほとんどは専用ツールが使われています。システムの専門家ではない我々が使いこなすことを考えれば、WindowsNTベースであるための業務設定のしやすさや操作性の良さが決め手になりました」(木戸氏)

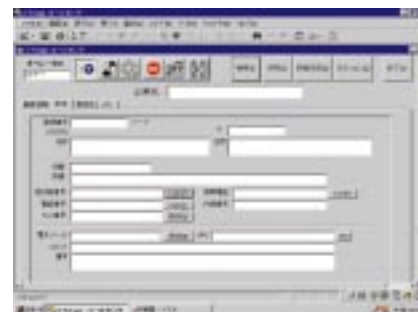
インターネットとの親和性No.1と高い評価

同社の主力である新規学卒者への就職情報の提供は、ダイレクトマーケティングやデータベースマーケティングの最たるものだ。同社は毎年60～70万人にものぼる就職予定者名簿のデータベースを作成している。従来はCTIを導入していなかったため、このデータベースの一元

管理が出来ていなかったという。そのため、就職希望の学生から登録したい、あるいは資料を送って欲しいという電話があってもレスポンスが悪いという欠点があった。

「CTstageを導入することで、データベースの一元管理も可能となります。たとえば、学生から就職資料を送って欲しいという電話が入ると、オペレータは画面を見ながら対応できますので、発送済みなのかいつ発送するのが即答することが可能です」(木戸氏)

超氷河期と言われている厳しい就職状況下において、このレスポンスの早さは学生にとっても魅力だが、同社にとってもすでに発送済みの資料を再度送るといった無駄も省けることになる。紳士協定が崩れ、学生の就職活動は大学3年生の1月から3月までの2～3カ月が勝負となっている。このピーク時には1カ月で2～3万コールに達する。それこそ「朝から晩まで電話がなりっ放し」という状態だ。データベースの一元管理とオペレータ業



Windowsと同じように使いこなせる操作性の良さも魅力の一つ。

務の効率化は同社にとって重要課題でもあったわけだ。

「最近はパソコンを持っている学生も増え、パソコンからインターネット経由でアクセスできるようにしたいというのも、CTstageに決めた理由のひとつです。というのもインターネットとの親和性から考えても、CTstageが1だと評価したからです」(伊藤氏)

現在、同社のコールセンターは席数が15席。3つのスーパーバイザー席と12人のオペレータ席からなる。就職活動のシーズンが終わると、コール数は激減する。そのシーズンオフに秘書代行や通販代行といった新たなサービスを提供してテレマーケティング業務の拡大を図るのが、同社のCTstage導入の大きな狙いだ。今後の課題は「CTstageの持っている様々な機能を生かしたテレマーケティング商品の開発」というのもうなずけるし、それだけCTstageへの期待も大きい。

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
月曜日～金曜日(祝日は除く)
URL : <http://www.oki.co.jp/>

