



医薬品は生命に直接関係するものであり、製薬会社にとって、医療関係者に対し常に最新の情報を提供することは社会的な使命である。医薬品大手のノバルティス ファーマ株式会社は、自社の医薬品の情報開示を含めた顧客対応を積極的に展開しており、2001年11月1日よりカスタマーセンター「ノバルティス ダイレクト」のサービスを開始した。ノバルティス ダイレクトは、医師や薬剤師などの医療関係者や患者・一般消費者からの問い合わせや相談を受け付ける対応窓口のマルチチャネル化を図ったのが特長だ。そして、そこで大きな役割を果たしているCTIシステムが沖電気のCTstageだ。

迅速かつ的確な医薬品情報の提供で顧客満足度を向上 マルチチャネル対応のカスタマーセンターを立ち上げて実現

ノバルティス ファーマは、スイスに本拠を置き、世界の医薬品市場で7位に位置する世界的なヘルスケア企業だ。その日本法人がノバルティス ファーマ株式会社。現在、国内市場では10位の市場シェアを獲得しているが、将来的にはさらに躍進を続け人々から信頼され、魅力あるリーディングカンパニーとなることを決意している。

ノバルティス ファーマのプライマリーケア プロダクト マーケティング部ネットワークコミュニケーション & e-ビジネスグループの松竹直氏は、「リーディングカンパニーとなるには、顧客満足度を向上し、ノバルティス ファーマの「ファン」を増やすことも大事な要因の1つです」と語る。つまり、信頼される企業になることが重要なのである。

情報公開で 医薬品の適正使用に貢献

ノバルティス ファーマは、幅広い治療分野の医薬品を提供しているが、すべて医療機関向けの医療用医薬品。その

ため、MR (Medical Representative) が直接訪問するのは、病医院の医師や薬局。製薬会社の場合、基本的にはMRが医師や薬剤師に製品情報を提供している。これまでノバルティス ファーマでは、MRの情報提供活動のほか、ホームページやFAXなどを活用して、医療関係者に製品情報の提供を行ってきた。だが、これだけでは全国の医療機関すべてをカバーすることは難しい。また、最近、医療現場や患者の間では、インフォームド・コンセントや情報開示の意識が高まっている。松竹氏は、「徐々にではありますが、日本でも患者さんの医療や医薬品に対する意識が高まっています。しかし、得られる情報が不十分なのが実情です」と指摘する。

そこで、ノバルティス ファーマでは、高まりつつある患者の意識に応えるとともに、医薬品の適正使用をさらに推進するために、医療関係者や患者・一般消費者など、すべての顧客の問い合わせ窓口を集約したカスタマーセンターの構築に取り組むことになった。それが「ノバルティス ダイレクト」だ。

コンタクトするのは困ったとき だから確実に迅速な対応が求められる

ノバルティス ダイレクトでは、「i-MR (Inside MR)」と呼ばれる本社スタッフが対応する。



ノバルティス ファーマ株式会社
プライマリーケア プロダクト マーケティング部
ネットワークコミュニケーション&e-ビジネスグループ
グループマネージャー

松竹 直 氏



ノバルティス ファーマ株式会社
情報システム・総務部
ITマーケティングサポートグループ

竹中 幹生 氏

i-MRは、全製品の知識を有するスペシャリストであり、積極的に製品情報を提供する、本社に常駐する「もう一人のMR」として位置付けられている。医療関係者や患者からの質問や相談に答えるとともに、自社MRと連携し、正確かつ迅速な対応を行っている。問い合わせ対応で得られた情報はすべてコンピューターに入力され、蓄積されるため、問い合わせに対して瞬時に画面上で顧客の基本情報や過去の対応履歴が確認でき、きめの細かい対応が行える。また、対応の情報は、すぐにMRにフィードバックされ、MRと一体となったサービス提供が可能だ。さらに問い合わせ内容はFAQよくある質問として整理され、ホームページ上で公開されている。最大の特長は、電話やFAX、e-mailそしてインターネットなど、様々なチャネルに対して一元的に対応できる点である。

ノバルティス ダイレクトで提供される具体的なサービスは、フリーダイヤルの電話

COMPANY PROFILE

 NOVARTIS

ノバルティス ファーマ株式会社

本社：東京

代表取締役社長：通筋 雅弘

設立：1997年4月

資本金：60億円

従業員数：2700名

売上高：1575億円(2001年度)

事業内容：医薬品の輸入、製造、販売

URL <http://www.novartis.co.jp/>

対応窓口やFAXで質問を受け付ける「FAX Service」、ホームページでの医薬品情報の提供のほか、顧客が24時間いつでもFAXで医薬品情報入手できる「FAX Hotline24」がある。

バルティスダイレクトを構築したバルティスファーマの情報システム・総務部ITマーケティングサポートグループの竹中幹生氏は、「カスタマーセンターにアプローチしてくるのは、顧客が本当に困ったときです。そのときに目的の情報が得られなかったり、相談の答えがすぐに得られなかったりすると、顧客は二度と利用してくれないでしょう。ですから、確実に情報を提供できて、相談に答えられる仕組みが必須だったのです。さらに、顧客の利便性を考慮すると、コミュニケーションのすべてのチャネルに対応するべきです」と、バルティスダイレクトを企画するにあたり留意した点を説明する。

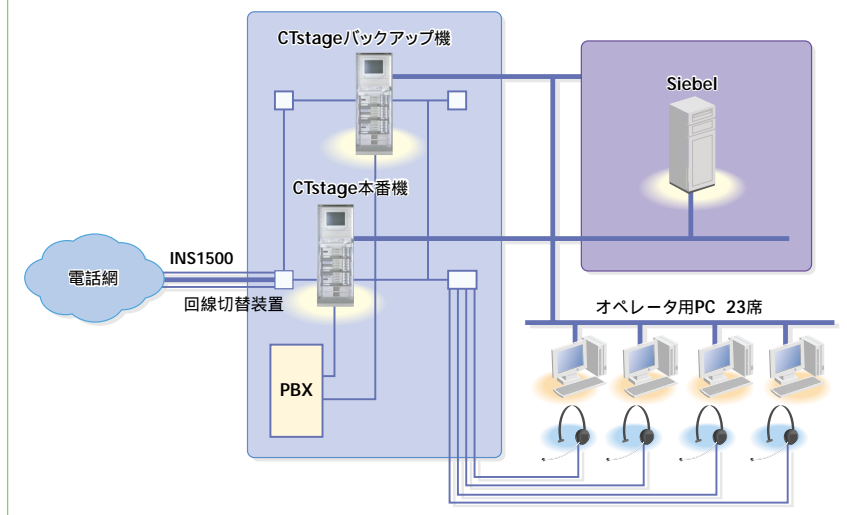
これらの要望を受けた複数のベンダーやソリューション・プロバイダーが、CTIシステムとCRM(Customer Relationship Management)パッケージを組み合わせたソリューションを提案した。そのとき竹中氏が心配したのは、システムが安定して稼働するかどうかだったという。

竹中氏は「マルチチャネル対応のカスタマーセンターは、CTIシステムとCRMパッケージの組み合わせで実現しますが、これらを連携させた場合、果たして安定して稼働するかどうか不安でした」と語る。

さらに竹中氏は「CTIシステムとCRMパッケージだけではなく、将来の機能拡張に伴って、様々なソフトウェアを組み合わせた場合の相性は、開発してみないと分からない面があります。このため、実績のあるソリューションを求めたのです。もちろん、コストパフォーマンスも無視できませんから、できるだけカスタマイズが少なく済むパッケージ製品を求めました」と続ける。

このような厳しい要件をクリアしたのは、日本アイ・ピー・エムが提案した「CRMパッケージ Siebel」と、沖電気のCTIシステム「CTstage」の組み合わせだった。

バルティスファーマのカスタマーセンター「バルティスダイレクト」のシステム概要



コミュニケーションを支えるインフラは安定稼働して当たり前

竹中氏は「CTstageは、大規模なカスタマーセンターへの導入実績が豊富で、コストパフォーマンスも非常に高いのが魅力でした。さらに、CRMパッケージと連携したシステム構築の実績もあり、安心して導入できると確信しました」と当時の印象を語る。実際、2001年11月1日のサービス開始以来、トラブルは一切ないという。

現在、バルティスダイレクトでは、23台のオペレーター端末が設置され、1日230件ほどの問い合わせに対応している。そのほとんどが電話での問い合わせだといふ。竹中氏は「米国では今後2～3年で、カスタマーセンターへのアクセスチャネルが電話からインターネットへシフトすると言われています。日本でも、当然そうなることは必至です。そうなった場合でも、CTstageならば設備がそのまま利用でき、システムを再構築することなく新しいチャネルに対応できるのが心強いですね」と語る。

松竹氏は「現在は電話からのアクセスがほとんどですが、その問い合わせ内容と答えをデータベース化して、FAQとしてホームページに掲載すれば、問い合わせの内容によってはホームページの情報だけで完結できます。そして、FAQのデータベースの蓄積が増えれば、電話からインターネットへのシフ

トがもっと速くなる可能性もあります。マルチチャネルに対応したCTstageを採用したお陰で、そうしたチャネルの変化が生じてても、システムをそのまま利用できるのがありがたいですね」と評価する。

松竹氏は「インターネットの普及で情報が豊富になり、患者の知識も高度化しています。しかし、その弊害として、間違った知識や情報にも接しやすくなっています。当社以外のサイト、いわゆる“アンオフィシャルサイト”の間違った知識や情報が、顧客の健康や安全を脅かす可能性も否定できません。ですから、バルティスダイレクトのように、オフィシャルな情報を提供するカスタマーセンターは、顧客の健康と安全を守る存在でもあるのです」と語る。

バルティスダイレクトによって、医師や薬剤師、患者・一般消費者に対して、自社製品の適正使用に関する情報提供が可能となった。その結果、患者と医師・薬剤師とのコミュニケーションがスムーズになる。これは、インフォームド・コンセントや服薬指導の素地として、重要な取り組みであると言える。

お問い合わせ

OKI

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

☎0120-490-988
受付時間 9:00～17:00 / 月曜～金曜(祝日除く)
URL <http://www.ctstage.com>