

事例 研究

ソーテック

UnPBXシステム採用で短期稼働 コールセンター機能を強化し 直販チャンネルの拡大を狙う

普及とともに低価格化が進むコンシューマ向けPC市場。主要各社は、コールセンターやWebをフル活用した直販チャンネルの強化に余念がない。快進撃を続けるソーテックは、コールセンターの機能強化と業績拡大に伴う社内業務過多の解消を一気に実現するために、UnPBXシステムを導入した。

コンシューマ向けPCの市場は、この不況下でも好調を維持している。インターナショナルデータコーポレーションジャパン（東京都港区）の調査によると、1999年度の家庭向けPC出荷実績は前年比85.4%増の490万台を達成した。

なかでも、ソーテック（本社：神奈川県横浜市、大邊創一社長）は、“9万9800円”のデスクトップPCやモニター一体型PC「e-one」など、コンシューマ向けパソコンの人気モデルを続々と投入、同調査でも前年比約19倍（台数ベース）を達成。メーカー別シェアで前年の17位（0.2%）から10位（3%）まで躍進し、伸長率はトップクラスにある。

市場全体を見ると、コンシューマ向けPCの販売チャンネルは、昨年から今年にかけて、店舗販売以外のインターネットや電話を活用した直販体制の強化を図るメーカーが多い。しかし、その拡大には製品説明を直接聞くことのできる店舗販売以上に、購入前後の顧客サポートの充実が大前提となる。

そこで、ソーテックは直販チャンネルの強化と顧客満足度の向上、業績

USER KARTE

- ・ 本 社：神奈川県横浜市西区みなとみらい2 - 2 - 1 - 1
横浜ランドマークタワー 36階
- ・ 設立年月：1984年4月3日
- ・ 資本金：8億3881万円
- ・ 代表者：大邊創一社長
- ・ 社員数：約100名
- ・ 事業内容：コンピュータの企画開発・製造販売、周辺機器の開発および販売

拡大に伴う社員のオーバーフロー解消という3つの課題を一気に解消すべく、UnPBXシステムを99年末から2000年1月にかけて導入、コールセンターと社内インフラの再構築に乗り出した。

UnPBXの長所を活かし 1カ月の短期導入を実現

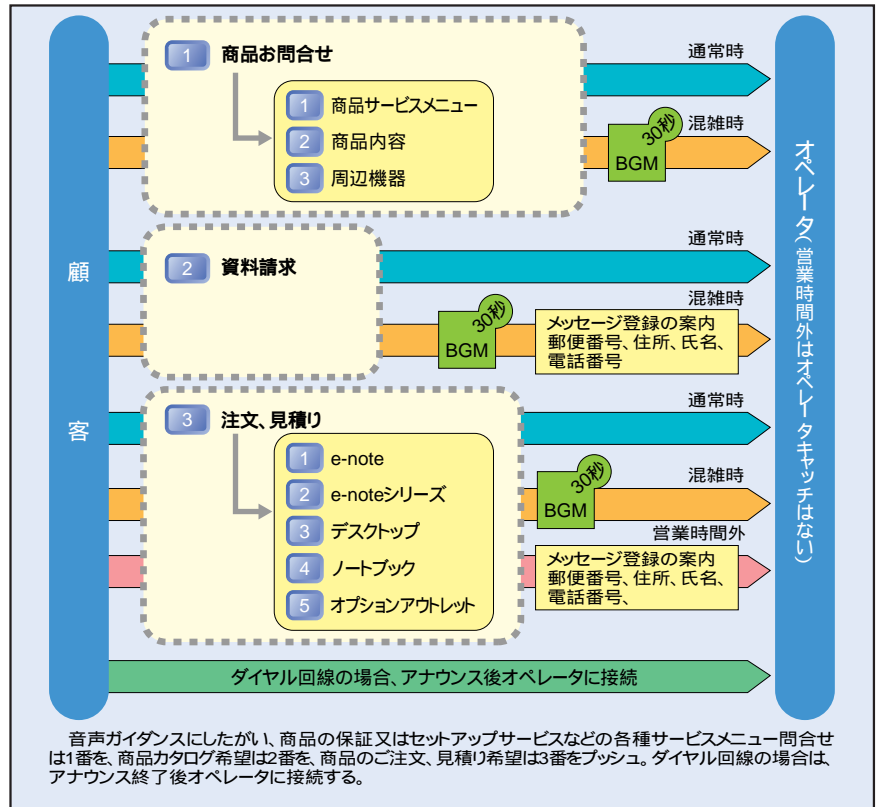
同社は、97年に電話による受注を行う「ソーテックダイレクト」を開設した。当時は、米TriGem Computer社と業務提携し、現在の主力である「PC STATION」「WinBook Eagle」シリーズをリリース、製品ラインナップが充実した時期だ。同時に、知名度の向上を図るとともに、直販チャネルの開拓に着手した。

以降、順調に業績は伸長したが、製品問い合わせや注文も急増、コールセンターの機能強化が大きな課題となっていた。それを解消するために、CTIのテクノロジーをコアとしたセンターのリプレースの検討をスタートさせた。

取締役技術部長の田中厚輔氏は、「当社製品を購入するユーザー層は、初めてPCをお買い上げいただくビギナーの方々が多くを占めます。そのため、店舗を介さない直販の場合、とくに購入前の問い合わせに的確な回答をすることが売り上げ増につながる重要なファクターとなるのです」とその背景を語る。

CTIの導入検討に入ったのは、昨年4月。PBXをコアとした大規模なシステムも検討対象に入っていたが、センターを掌握する担当部門

図1 「ソーテックダイレクト」音声ガイダンスの流れ



がIT専門の部署であり、「専門知識が要されるPBXよりも、Windows NTベースで構築した方が扱いやすい」(ダイレクト部部長代理の木下智博氏) ユニファイドメッセージ機能の活用による社内連絡業務の効率化も同時に実現できる 数多い導入実績 の3点が決め手となって、99年11月中旬に沖電気工業「CTstage」の採用を決定、コールセンター用・オフィス用の2台の導入に踏み切った。

システムの仕様は12月初旬に策定、新コールセンターが稼働したのは2000年1月5日。約1カ月という超スピード導入となった。PBX、IVR、CTIサーバーの連携といった複雑なインテグレーションを必要としないUnPBXソリューションの強みをいかに発揮した結果と

いえる。

運用面でも、「担当者がシステムに習熟する必要がありますが、もともとWindowsのエキスパート部門が担当しているので、それはOJTで対応可能と判断しています。これからコールシナリオの改良点の抽出などを行い、より完成度の高いコールセンターを作り上げる方針です」(田中部長)と、すでに高いリテラシーを持つ。

UnPBXシステムにつきまとう“信頼性”の問題だが、同時にリプレースした事業所用PBX「CTiOX」(沖電気工業製)に切り替え装置を組み込み、CTstageがダウンした際は、コールセンターの電話もPBX経由で受けることで対応している。受注用のDBはオペレータの手動検索となるが、電話がまったくつなが

らないことはあり得ない。

ACDの活用で対応効率をアップ モニタリング機能で管理業務も軽減

現在、センターの席数は48席。内訳は受注が36席、製品説明、クレーム対応、資料請求などのカスタマーサービスが12席となっている。

顧客からのコールは、まずIVRで応答する。IVRのメニューは注文、問い合わせ、資料請求の3通り。営業時間内(9:00～19:00、土曜日は17:00まで)はすべて有人対応となる。時間外も、注文と資料請求はメッセージ登録を行うことで可能。FAXによる資料請求は24時間いつでも情報を取り出すことができる(図1)。3メニューのなかでは、問い合わせのコールが最も多い。なお、Webからの受注は別部門で処理しているが、顧客DBは一元化されて

いる。

1日数千コールという膨大な呼量进行处理するには、担当セクションに適切なルーティングを行う必要がある。

現在、IVRからの呼の振り分けは、保留・放棄呼を防止するためにオペレータ

の担当業務、レベルに応じたスキルベースルーティングを活用している。これは、CTIの導入に際して最も重要視したポイントだ。「電話番号を非通知にしてお電話をいただくお客様が多いので、現在のところ発IDを取得して顧客DBを検索する意味はありません。それよりも、いかに効率的にコールを振り分けて、放棄呼を防止するかがカギとなりま



受注・問い合わせ・資料請求を担当する「ソーテックダイレクト」内風景

す」(田中部長)

現在のオペレータは、リブレース以前から勤務しているメンバーなので、担当業務以外の“あふれ呼”も一通りフォローすることができるが、今後IVR機能をフル活用することで各担当グループごとに、より適切な人員配置を行っていく方針だ。

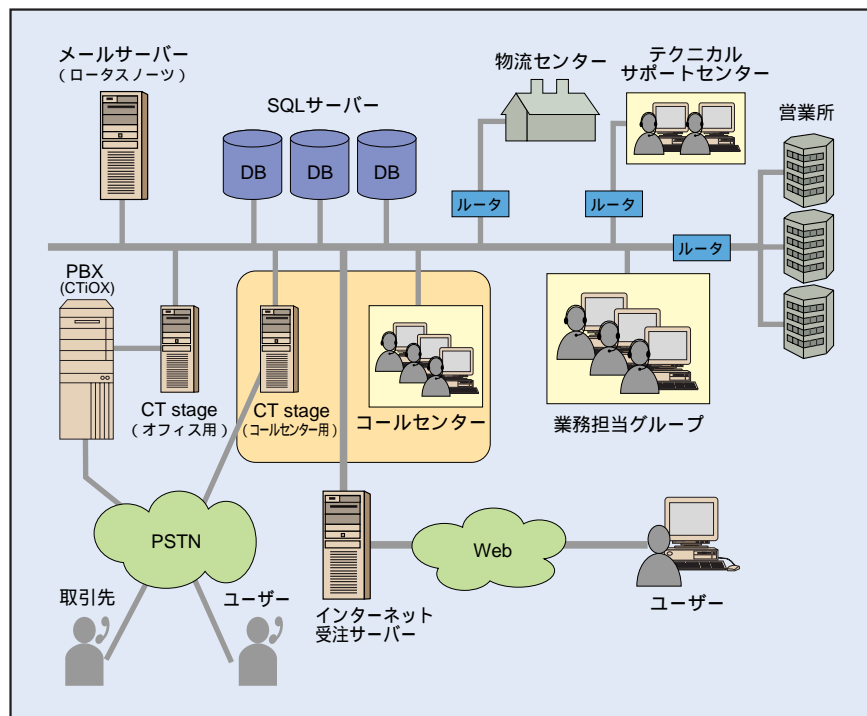
また、購入後のサポートはテクニカルサポートを専門に手がけるアウトソーサーに業務委託している。将来的には、OSなどのソフトウェア以外のサポート業務を自社展開する構想もある。

「Windowsの使い方といったアプリケーション面以外のハードウェアのサポートなど、当社のサービスに直結した分野はインハウスでやっていきたい」(田中部長)という。

これには、ユーザーが使用しているPCの機種、使用状況などを把握することで、今後の営業活動にフィードバックする効果も見込んでいる。

サポートの一部統合が実現すれば、当然センターの規模拡張に伴うスペースの問題が浮上する。その解決策として、分散型のコールセンタ

図2 ネットワーク概念図



ーを検討している。昨年秋にリリースされたCTstageの新バージョンは、IP対応による分散型コールセンターの構築がセールスポイントになっており、それも選定ポイントとなったようだ。

また、CTI化はオペレータの管理にも大きく貢献している。通話記録はすべてログとして残っており、オペレータごとの呼処理状況といったヒストリカル系のモニタリングやレポートだけでなく、リアルタイムでも勤務状況を把握できる。従来とは比較にならないくらい管理面の負担は軽減しているという。また、音声のロギングは、スーパーバイザー・管理責任者・オペレータそれぞれの席で録音制御が可能で、顧客の状況に応じて活用している。オペレータのトレーニングにも積極活用する方針だ。

直販チャネルの強化は製品開発力の向上が最大の目的

今後の機能拡張で、早期実現を目指しているのは、アウトバウンドサービスの展開である。蓄積した顧客DBを活用し、新製品や新サービスの案内・セールスとともに、より多くのユーザーの“生の声”を吸収し、開発・営業に反映する方針だ。

現在、同社の直販比率は約25%。アウトバウンドによるセールス活動が展開されれば、さらにその比率は高まることが予想される。

昨年来、コンシューマー向けPCの市場価格は、下落の一途をたどっている。10万円を切るモデルは、各社から多数リリースされており、市



取締役技術部長の田中厚輔氏



ダイレクト部部長代理の木下智博氏

場の拡大とともに競合も激化している。メーカーにとっては、小売価格が下がれば利益面を考えても直販チャネルに力を入れるのは当然のことといえる。しかし、田中部長は「販売店チャネルと競合することは考えていません。直販に注力するのは、ユーザーの要望を直接吸い上げることで、より高品質な製品開発にフィードバックさせたいからです。それは、結果的に“売れる製品作り”につながり、販売店の方々にも貢献するはずです」と直販チャネルの在り方を説明する。

ボイスメールの採用で社員の業務過多を解消

一方、オフィス用のCTstageは、ボイスメールによる社内連絡に利用している。

業績の拡大に伴う社員の業務過多は、ここ数年来大きな課題となっていた。そこで、一連の社内業務の洗い出しを行った結果、電話の対応にかなりの手間を要していることが判明したのだ。「外出中の社員への電話を受けて、メモをとったり伝言したりという、その作業に大きな時間が割かれていました。それなら、米国

式の合理的な伝達方法を見習うべきだろうと考えたのです」(田中部長)

もともと、同社は海外向けにノートパソコンのOEM供給を主力事業としていただけに、米国の企業に向くことも多かったという。「(米国企業は)ボイスメールを有効活用していました。当時は日本の企業文化にはあわないかな、と思っていましたが、いざ導入してみると取引先の評判は悪くはありません」と田中部長は語る。

グループウェアは、以前からロータスノーツを導入しており、そのシステムとCTstageを統合している。また、社内において席に不在という場合は、構内PHSを導入、一刻も早く取引先と通話できるようにしている。

CTstageのユニファイドメッセージ機能で活用している部分は、今のところ録音されたメッセージを外先、ないしは帰社後に確認する機能だ。外出先でEメールを音声確認する機能は使っていない。Eメールの確認は、「音声よりもモバイルPCを使ったSFAの仕組みの方が合理的」と判断している。

(矢島 竜児)