

新モバイルツールでコミュニケーション変革! CXの向上をコンタクトセンターで具現化

富士通は、「FUJITSU Business Application CRMate モバイル(以下CRMate モバイル)」で、コンタクトセンターの新しいスタイルを提案する。モバイルアプリケーションをスマートフォンからの問い合わせに活用してもらうことで、コミュニケーションを変革し、IVRの操作不要、適切なコールバックなど、顧客と企業の双方に大きなメリットをもたらす。

コンタクトチャネルの多様化で

求められるコンタクトセンターの変革

新しいメディアが次々に登場し、顧客と企業を結ぶコンタクトチャネルは多様化している。とはいえ、コンタクトセンターの主役は、あくまで電話であることに変わりはない。ただ、電話によるサービスレベルが頭打ちになっている面もある。電話が繋がりにくい。ようやく繋がっても、内容がよく伝わらず、たらい回しにされるといったことが相変わらず繰り返されている。本来、たらい回しを防ぐためのIVRも、ガイダンスを聞く時間やプッシュ操作の手間などで、煩わしいという顧客も多いのが実態だ。

「電話システムはIP化されたものの、顧客(エンドユーザー)に提供できる価値という意味では、あまり進化していません。電話(音声)とインターネットとの融合をもっと進め、顧客と企業の距離を縮める必要があります。商品のマーケティングでは、もはや価格や機能の訴求だけでは差別化要素になりにくく、カスタマーサポート・サービスをより向上し、CS(顧客満足)、さらにカスタマーエクスペリエンス(CX:顧客経験価値)を高めることがポイントになっています。しかし、顧客と企業の最初、かつ重要な接点であるコンタクトセンターでこれを具現化できる有効なICTツールが十分に揃っていないとは言えません」と、統合商品戦略本部 本部長代理の大島 昭は語る。

モバイルアプリ + クラウドで

顧客と企業の双方にメリット

そこで、理想と現実のギャップを埋める解決策の1つとして開発したのが「CRMate モバイル」だ。モバイルアプリケーションをスマートフォンからの問い合わせに活用してもらうことで、コミュニケーションを変革し、顧客と企業の双方に大きなメリットをもたらす。



富士通株式会社
統合商品戦略本部
本部長代理
大島 昭



株式会社富士通システムズウエスト
ビジネスソリューション本部
ソーシャルネットソリューション事業部
CRMソリューション部
松島 康夫

「スマートフォンはWeb閲覧や商品購入など大変便利なモバイル端末ですが、フォン(電話機能)の部分はスマートになっておらず、電話をかけること自体は変わっていません。逆に言えば、ここで何か付加価値を生み出すことができるのでは、と考えました」と、CRMate モバイルの開発を担当する富士通システムズウエストビジネスソリューション本部 ソーシャルネットソリューション事業部 CRMソリューション部 部長の松島 康夫は動機を語る。

仕組みと具体的なメリットは次のとおり。

CRMate モバイルを導入した企業は、コンタクトセンター個々の業務に合わせてカスタマイズした専用のモバイルアプリケーションを顧客(エンドユーザー)に事前配布(デジタルコンテンツの配信サービスサイトなどからダウンロード)する。そして、これを問い合わせの際などに利用してもらうことで、顧客と企業の双方にさまざまなメリットが生まれる。

- ①顧客はIVRの操作不要で、アプリケーション上で問い合わせの種類を選択するだけで、直接目的の担当窓口につながる。
- ②企業(コンタクトセンター)は、あらかじめ登録されている顧客のプロファイルや契約情報、さらに位置情報や添付された画像など

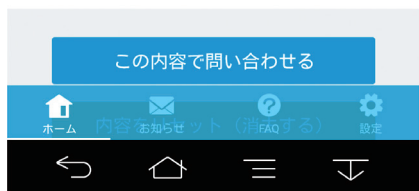
を含めて顧客情報を瞬時に確認でき、迅速・適切な対応に活かせる。
 ③ビジー状態や時間外などで応答できなかった場合も、クラウド上に残る着信履歴から、「誰が」「どんな目的で」まで判るので、顧客を特定し適切なコールバックができる(特許出願済み)。

「もう1つ、重要なコンセプトを盛り込んでいます。問い合わせ履歴やキャンペーン情報の閲覧、FAQ 検索などはセンタースタッフ側の情報・ナレッジですが、これを顧客側のアプリケーション上でもできるようにしました。用件の進捗状況なども問い合わせなしで確認でき、便利なツールとして使えます。一方、センターにとってはコール件数の抑制になります」と松島。

損保の事故受付センターはじめ 活用シーンは多様に広がる

CRMate モバイルの活用シーンとしては、例えば損害保険会社の事故受付センターがある。事故を起こした時、ただでさえ焦っているのに、場所や車の状況などをいちから伝えるのは大変だ。CRMate モバイルを利用すれば、所定のセンターに着信した時点で、

■「CRMate モバイル」画面イメージ



位置情報や写真などを添付して問い合わせ

※本画面はサンプル画面です。コンタクトセンター業務に合わせてカスタマイズが必要です。

用件・位置・画像などから状況を把握でき、素早く適切な対応に入れる。さらに、必要であればバックオフィスに転送し、事故の査定や検証、保障の交渉にも情報を有効に活用できる。

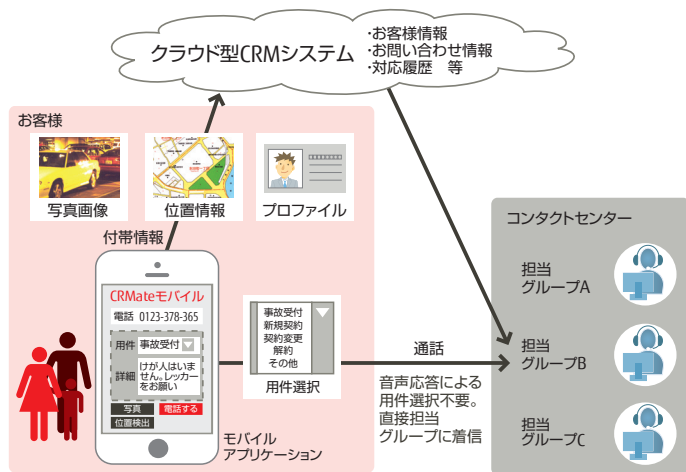
このほか、小売業や通信キャリア、公共機関系を含めて、顧客を特定できる業種・業態で効果が出やすい。

「CRM からCXM へ」を実現する CRMate モバイルが最初の糸口

「富士通では『CRMからCXMへ』を標榜しています。CRMate モバイルは、モバイルアプリケーションとクラウド、そしてコンタクトセンターを結び付けることによって、CXM(カスタマーエクスペリエンス・マネジメント)の実現、ひいては顧客ロイヤルティを高める「ITツールの最初の糸口になり得ます」と大島は語る。

富士通はCRMate モバイル以外にも、音声認識・分析によるキーワード(気づき)検索ソリューションや、音声によるFAQ検索ツールなど、今後もコンタクトセンター向けのソリューションを拡充していく予定だ。

■「CRMate モバイル」の活用イメージ



2016年2月

お問い合わせ先

富士通コンタクトライン(総合窓口) **0120-933-200**

受付時間 9:00 ~ 17:30 (土・日・祝日・年末年始を除く)

富士通株式会社 〒105-7123 東京都港区東新橋1-5-2 汐留シティセンター