

導入事例
CRM USER

富士通(パーソナルビジネス本部)

富士通コミュニケーションサービス

富士通PCのサポート改革を支えた アウトソーサーの方法論・技術・人材育成

近年の取り組みで、富士通は個人向けPCサポートの顧客満足度(CS)を急上昇させた。総合的にサポート品質を高めるため、コンタクトセンターの要員を大幅に増やすとともに種々の施策を実践したからだ。その背後には、アウトソーサーとしてセンター運営の中核を10年来担う富士通コミュニケーションサービス(旧コーポレートソフトウェア)の存在がある。単なる請負ではなく、富士通本体と連携を密に改善活動を実施。幅広いサポートメニューを効率的にこなす体制を築いている。

国内PC市場で長年高い実績を誇る富士通。特に個人向け市場で広く知られている「FMV」の個人ユーザーサポートを担うのが、パーソナルビジネス本部コンタクトセンター統括部だ。

統括部長の寺師和久氏は次のように話す。「個人向けPCは買い換え比率が80%を超えています。PCの多機能化もあり、初心者割合は50%前後とあまり変わりません。特に富士通の場合、幅広い層のユーザーに製品を使って頂いています。我々サポート部隊は、困りごとを迅速に解決するだけでなく、ユーザーの自己解決力アップを支援することが役割です。」

富士通は現在、個人向けPCのサポートを3カ所(京浜・新潟・北九州)のセンターで運営している。電話によるユーザー

登録からテクニカルサポート、修理受付、サポートサイト「AzbyClub」の運用まで幅広く、しかもPC分野では珍しい124時間365日の即答サポート体制。総席数は700席以上、対応件数は月に約25万件に達する。

センター運営の中核を担うのは、専門アウトソーサーの富士通コミュニケーションサービス(以下、CSL)だ。

CSLと一体で改善を進め、「非常に満足」が7割台へ

実は、2004年度から2005年度にかけて富士通は、経営層の判断からセンター運営の大きな改革を実行している。「応答品質」「回答品質」「対応品質」の3点から総合的にサポート品質の向上を目指したのだ。



富士通株式会社
パーソナルビジネス本部
コンタクトセンター
統括部長
寺師 和久 氏

まず、電話回線を倍増、エージェントを4割も増員。以前は50%台だった応答率を現在の90%台へ引き上げ、「なかなかつながらない」というユーザーのイメージを一掃した。通常、100名単位でエージェントを一気に増やしたらサポートの品質レベルを維持するのは難しい。だが、富士通の場合、逆に引き上げている。それは、同社とCSLが連携を密に運営改革に取り組んだからだ。

「CSLには96年からセンター運営を担ってもらっています。長年のPDCA活動によって編み出した独自の運営方法論や人材育成制度を持っているので頼りにしている。お互いに強く言い合えるビジネスパートナー同士として、改革のベクトルを共有できていることが大きかったですね(寺師氏)。大量に集中採用した新人エージェントの教育では、採用から導入研修、業務研修、OJTまでの教育フローを見直した。CSL独自の教育制度「CSL College」のノウハウを随所に生かしたという。

評価の仕組みも変更。たとえば、各エ

ージェントが1日1件、自分が考える「ベスト対応」を申告。その中から成績優秀者を週次で選ぶ「電話対応コンテスト」を取り入れるなど、エージェントが業務へ前向きに取り組めるようにした。

一方で品質管理者は日々、エージェントとユーザーの会話をモニタリングし、10項目で定量評価。センター全体、各エージェントのスキル状況を定量的に把握しながら改善に努めた。「サポートの科学化」を掲げるCSLが得意とするところだ。

改善の結果は、ユーザー評価にも表れた。富士通は年2回のCS調査で、5000件の電話アンケートを行い、対応への満足度を聞いており、常に「満足」以上が95%を占めているが、なかでも2005年度上期は50%弱だった「非常に満足」の回答割合が同年度下期には70%強へ一気にアップした。

寺師氏は「コンテストやアンケートを通じて上がってきた好対応の事例をセンター全体で共有し、実践するようにしました。以前はユーザーの不満を減らすことに集中していましたが、逆に良い面を広げようとしたのです」と話す。

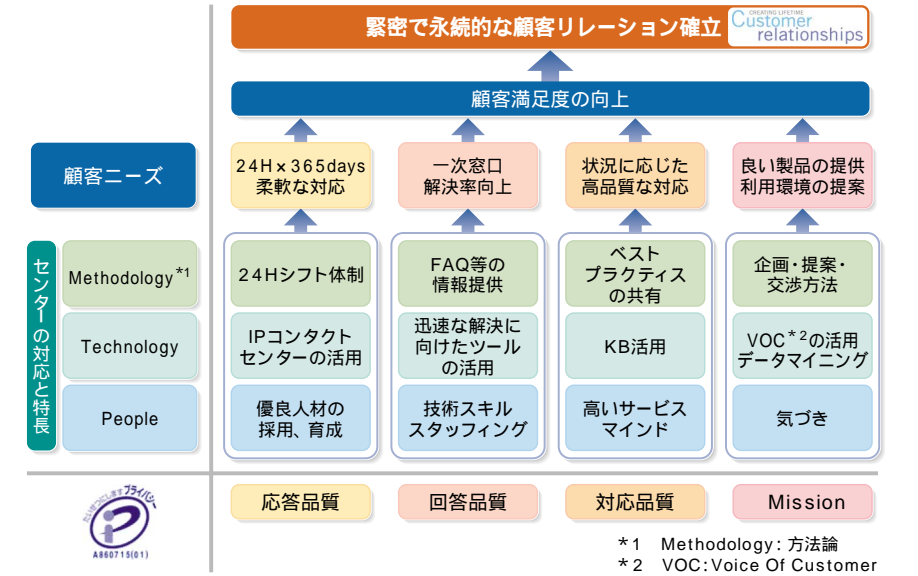
ユーザーの不満は、サポート部門のみならず全社の問題と捉え、苦情・クレーム情報を経営層はじめ関連部門ヘストレートに発信。必要に応じ、部門間で連携し対策を図る体制も築いている。

メール月1.5万件対応 Webで「自己解決」支援

もちろん事業全体で考えれば、サポート品質向上とローコスト運営推進という、相反する命題を達成しなければならぬ。それは「ユーザーの自己解決力を向上させる」という方向性とも合致する。

ここでも富士通とCSLが一体となって、サポートサイトのAzbyClub上で様々な施策を打ち立てている。

図 富士通サポートセンターにおける顧客ニーズへの対応



富士通は国内PC業界では唯一、本格的なメールサポートを取り入れているが、問い合わせフォームの改善などにより、平均14時間という回答時間を達成している。現在、テクニカルサポートにおける電話とメールの比率は9対1、メールだけで月に約1.5万件をさばく。国内では、かなり大規模な例だろう。

また、専用ツールを使ったりリモートサポート(ユーザーと同一画面を見ながらの電話対応)、FAQページやそれに連動する「Web解決ツール(PCの各種設定をWeb経由で自動実行)の拡充、メールマガジンによる情報発信など盛りだくさんだ。

「CSL側のシステム企画・運用能力が高く、メールやWebをサポートヘルプに活用することができます(寺師氏)。

ローコスト運営の点では、IDCに統合サポートDBを設置し、3センターを専用IPネットワークで結んだシステム基盤の存

在も大きい。フロントエンドのエージェント画面には、個別のユーザー情報と対応履歴に加え、製品別サポート情報(3000機種を網羅)を統合表示する仕組みだ。こうしたITの仕組みがあるからこそ、サポート品質向上とローコスト運営推進を両立できるのだろう。

寺師氏は「ユーザーのメーカーサポートへの期待は高いものがありますが、適切なコストの中で十分に応えるには、まだまだ研究が必要。CSLとの協業をさらに進めてゆきます。CSLは400社を超える顧客にITO、CRM、BPOの幅広いサービスを提供しており、そのノウハウは我々の事業にも生きてくると思います」と話す。

最先端の仕組みや独自ノウハウで高いCSを維持する富士通の個人向けPCサポートは、CSLのアウトソーシングビジネスにとって最良のショーケースと言えるだろう。

お問い合わせ先

富士通コミュニケーションサービス株式会社
〒140-0002 東京都品川区東品川2-5-8
天王洲パークサイドビル
経営企画室
TEL: 03-5462-3823 FAX: 03-5462-4699
URL: http://jp.fujitsu.com/csl

