

導入事例

ソフトバンクBB株式会社

コールセンターの対応レベルを均一に、スピーディーに、かつコストをかけずに立ち上げる過程で選択されたメールワイズ。対応状況管理とナレッジ共有が絶対条件だったという同社では、顧客満足向上に直結する仕組みができています。



会社名：ソフトバンクBB株式会社
事業内容：コンテンツサービス事業、FTTH事業、
流通事業等
2005年11月 メールワイズ 30ユーザーを導入
<http://www.softbankbb.co.jp/>

導入前

- ・ 個人メーラーでは、チームの対応状況の管理ができず、二重対応や対応漏れの懸念。
- ・ 電話とメールの問い合わせ管理が必要。
- ・ 問い合わせ内容やノウハウなどのナレッジ共有ができる環境が必要。
- ・ 過去の履歴検索に時間がかかる。

導入後

- ・ チームでメールを共有するため、対応状況の管理が可能。
- ・ メールと電話の履歴を一元管理、履歴は瞬時に検索可能。
- ・ 過去の問い合わせ内容をナレッジベースとして情報共有。
- ・ テンプレート活用により対応レベルの均一化、教育が不要に。

■会社紹介

ソフトバンクでは創業以来、IT関連商品・サービスの流通を重要なビジネスとして展開している。この国内最大規模の流通事業は、ソフトバンクグループ最大規模の事業会社であるソフトバンク BB 株式会社に受け継がれ、ブロードバンドサービスの「Yahoo! BB 光」や、各種コンテンツサービスを提供する事業を中核とするブロードバンドインフラ事業と共に同社の骨格を支えている。

流通事業はパソコン用ソフトウェアを始めとする24万品目（※2005年5月末）にも及ぶIT関連製品を、国内外の主要メーカーより仕入れ、量販店（コンシューマーマーケット）及び販売パートナー（コーポレートマーケット）を通じて販売するビジネススキームにより、国内IT製品流通市場、特にソフトウェアマーケットにおけるナンバーワンディストリビューターとしての地位を確立している。

メールワイズは、流通事業コーポレート戦略室のIBM ビジネスプロジェクトとしてコールセンターに導入された。IBM xSeriesサーバーの構成支援を10,000社の取引企業に対し行う 2005 年下期にサービス開始したばかりのコールセンターだ。

■背景

迅速なコールセンター立ち上げに

同社の意思決定から実行までのスピードは早い。IBM ビジネスが本格的に始まったのが 2005 年 4 月、その後コールセンター設立が決定され、コールセンターの仕組み作りからメンバーの選定・教育と、スタートまでたったの数ヶ月だ。

立ち上げ時のメンバーは 8 名、メール・電話それぞれ 1 日 100 本でも対応できる仕組みが整ってきているという。

コールセンターの対応レベルを均一に、スピーディーに、かつコストをかけずに立ち上げる。その過程で同社が仕組み作りに選択したのが、メールワイズだ。

■課題

必須条件はステータス管理とナレッジ共有

「コールセンターで必要なことは、対応レベルのバラつきを無くし、そのレベルを上げていくことです。そのため、ステータス管理とメンバー間のナレッジ共有、これが絶対条件でした」（加藤氏）



コーポレート戦略室
加藤 丈晴氏

同社の業務で日常使っている個人メーラーでは、プロジェクトごとに共有ボックスがある。ところが共有ボックスでは誰がどの段階でどう対応中なのか、といったメンバーの対応状況が分からない。個人メーラーではコールセンターへの問い合わせが宙に浮いてしまう、と懸念したという。また個人メーラーでは、対応履歴が個人個人のメールボックスに埋もれてしまい、せっかくの回答内容や対応ノウハウといったナレッジをチームで共有することができない。共有できれば、ノウハウが共有できることはもちろん、過去の対応例を参考に、的確な対応をスピーディーにできるようになるわけだ。この2つの条件を踏まえ、まず社内の基幹システムを活かした運用を検討したが、データベースひとつ作るにも時間とコストがかかるため断念。サービスを開始した直後、顧客のニーズや状況にあわせて柔軟に運用を変えていけることも仕組み作りの課題だった。



コーポレート戦略室
コールセンターグループチーフ
白石 亜寿佳氏

■決め手

専門的な知識がなくても状況にあわせて修正

「現場の声を聞いてすぐその場でカスタマイズできるところがいい。専門的な知識がいらないんです」(白石氏)

「我々がこの部隊をスタートするにあたって、一番時間を割いたのは製品知識の教育です。メールワイズ導入にメンバー現場への教育は不要でしたので、短期間でこのプロジェクトをスタートすることができました」(加藤氏)

■活用方法

履歴が一目で見えるから、次につなげられる

同コールセンターでは、電話、メール両方の問い合わせを受けている。メールワイズはメールの履歴だけではなく、電話の履歴も蓄積し、両方の履歴を同時にチェックできる。これまでの業務で使っていた個人メーラーでは電話とメールの履歴が混在し管理ができず、過去の履歴を探すのが一苦労だったが、それが解消された。また誰もが過去の履歴を踏まえた次のステップにつなげるアクションができるようになるという。

「これまでは対応が一度完了したらそれでお客様との関係は終わっていました。メールワイズを使うと、前回の履歴が別の担当者でも分かるので、それを踏まえた対応ができます。一言、「前回の〇〇はいかがでしたか」と添えるだけで顧客の安心感や信頼感は全く変わります。次のアクションにつなげられることは大きいです」(白石氏)

全員のスキルを統一できるテンプレート

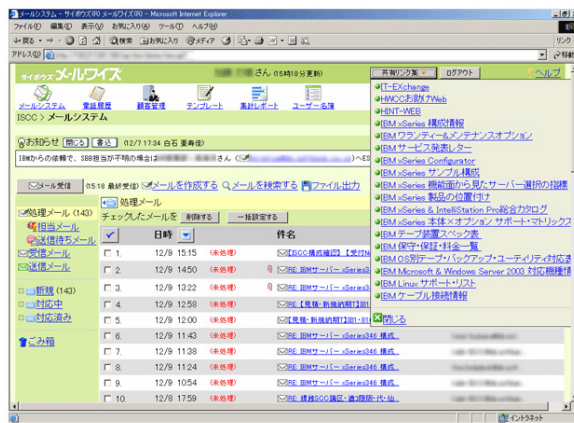
予測できる対応メールは、予めテンプレートに登録しているという同社。お客様とのやり取りのテンプレートだけではない。コールセンターは技術部門や営業部門などとの連携も多いため、社内関係者とのやり取りもテンプレート登録しているという。

「我々のコールセンターは、もちろん、ある程度のスキル以上の人をアサインしていますが、どうしてもレベルの差は否めません。テンプレートによってレベルの差をお客様に見せることなく、同じレベルの対応ができるようになるのです」(白石氏)

メンバーへの連絡は「お知らせ欄」で通知

トップ画面にある「お知らせ欄」はチーム全員が目にするところ。そこで、メンバーへ連絡する「掲示板」のような使い方をしているという。これまで何か連絡があった場合にはメンバーそれぞれにメール、連絡を受けたメンバーは自分の個人フォルダに保管していた。それによってメンバー全員にメールをする手間が省けたこと、また確実に大切な連絡を見てもらえるようになったという。

▼トップ画面



■今後

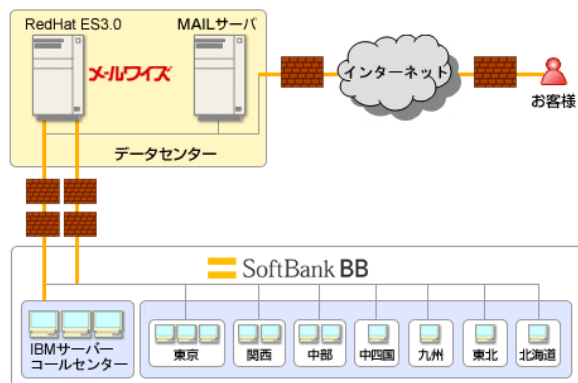
レポート機能を使った積極的な提案を

同社では、対応履歴のデータを簡単に CSV で出せるため、営業部署ごとの案件表を出しているという。今後はこのレポート機能を活用し、積極的な提案をしていく構えだ。

拡大するコールセンターに

まだスタートしたばかりのコールセンターだが、同社は現在のコールセンターを軸に、さらなるナレッジ共有と業務拡大を見据えている。

「メールワイズを使えばコールセンターで別プロジェクトを拡充した時も、同じメンバー・同じリソースで運用できると考えています。またメールワイズは業務別にシステムを分けて部門間での運用・連携ができるため、マーケティング部門や技術部門が持っている様々な情報を、もっとスムーズに提供することが可能になってくるかと思います。今後はもっといろいろな機能を活用して、業務を拡大していきたいですね」（加藤氏）



▲システム図