

ナビダイヤル 活用マガジン

vol. 74

ポケットカード株式会社さまの場合

通信費削減の秘策とは...

お客さまセンターの



カスタマコントロールから入力したテキストを音声合成*により
音声ファイル化し、効率的にオリジナルガイダンスを作成・登録します。

*音声合成とは、コンピューターを用いて人間の音声・言葉を機械的に合成することです。

オリジナル ガイダンス作成

番号ごとに
月額1,100円
(税込1,188円)

●ナビダイヤル、フリーダイヤルでご利用できるサービス ●インテリジェントサービスでご利用できるサービス

簡単

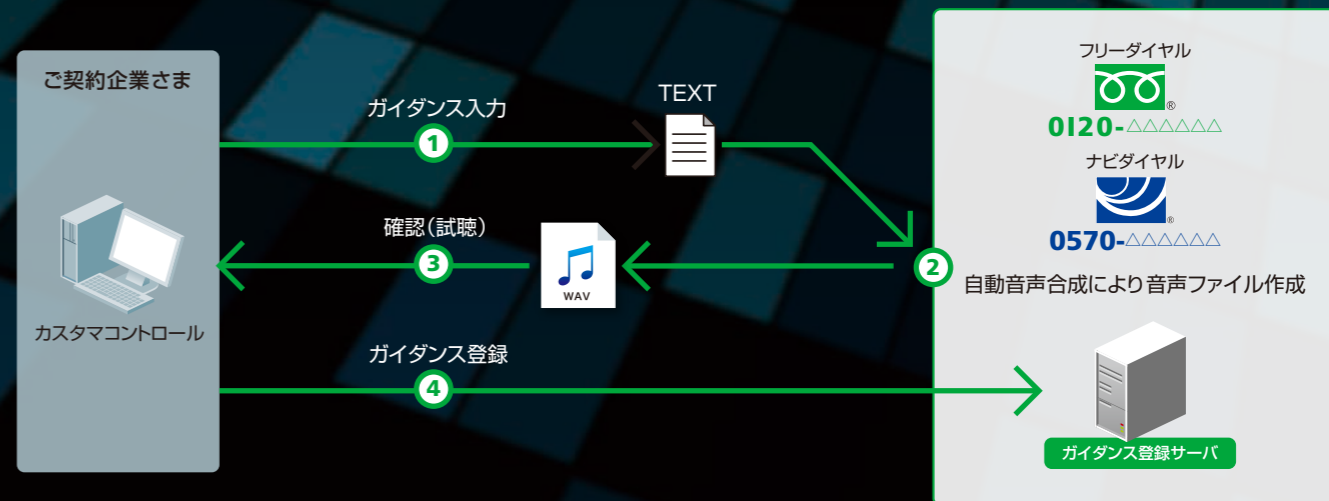
カスタマコントロールから文字
を入力するだけで、オリジナル
ガイダンス用の音声ファイルを
作成・登録できます。

スピーディ

登録したオリジナルガイダンス
はリアルタイムに反映可能な
ので、緊急時などでもスピーディ
な対応ができます。

低コスト

ご自身でオリジナルガイダンス
の音声合成が簡単に作成できる
ので、ファイル作成の費用を削
減できます。



◎音声合成サービスをご利用になる場合は、オリジナルガイダンス(全文または一部)と、オリジナルガイダンス登録の契約が別途必要です。
料金は以下のとおりです。

ご利用のサービス	フリーダイヤル/ナビダイヤル	インテリジェントサービス
オリジナルガイダンス作成	1,100円(税込1,188円)	1,100円(税込1,188円)
オリジナルガイダンス	全文:900円(税込972円) 一部:300円(税込324円)	全文:900円(税込972円)
オリジナルガイダンス登録	2,000円(税込2,160円)	2,000円(税込2,160円)
合計	4,000円(税込4,320円)	4,000円(税込4,320円)

お申込み、ご利用方法など、サービスの詳細については当社営業担当もしくは、下記ホームページまでお問い合わせください。

NTTコミュニケーションズ株式会社

ホームページ www.ntt.com/navidual
Twitter @NTTcom_online

●記載内容は2015年7月現在のものです。
●表記のサービス内容は予告なく変更することがありますので、お申し込み時にご確認ください。
●記載されている会社名や製品名は、各社の商標または登録商標です。

業界初の試みだったナビダイヤルの導入により 通信コスト最大3割カットを実現。

ポケットカードは、請求時1%割引特典の『P-oneカード』をはじめ、『ファミマTカード』などの各種提携カードを発行する流通系クレジットカード会社。携帯電話の普及により急増した通信コストとサービス品質向上のため、ナビダイヤル導入に踏み切ったその背景を、同社お客さまセンターを統括するCRM推進部担当部長の岡野拓登氏と、フリーダイヤル導入時のお客さまセンター長・星加幸寛氏に伺いました。

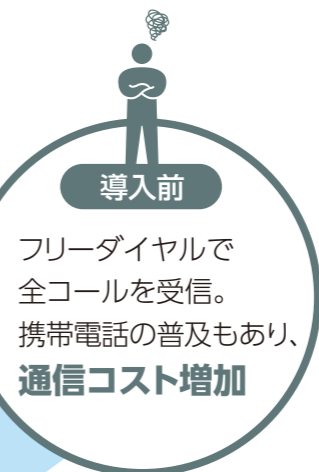


CRM推進部
担当部長
岡野 拓登 氏

ポケットカード株式会社さま

会社概要
設立:1982年5月
資本金:143億7,414万円
従業員数:640名(非正社員含む)
事業内容:クレジットカード事業(その他金融業)

お客さまセンター概要
受付時間:9時~21時
業務内容:カード全般、各種保険に関する問い合わせなど
オペレーター数:大阪100名(最大) / 札幌30名(最大)



導入前
フリーダイヤルで全コールを受信。携帯電話の普及もあり、通信コスト増加

携帯コールの急増で、フリーダイヤルのコストが上昇。

韓国73%、中国55%、カナダ51%、英国46%、米国34%、日本15%…。主要経済国のクレジットカードの利用率の概算(三菱総研)が示す通り、日本人一人あたりの保有枚数は世界一であるにも関わらず、日本における利用率は極端に低い。2020年の東京五輪開催に向け、国策として積極的に外国人観光客誘致を推

進している現在、国内クレジットカード各社は、カード普及と利用率向上に向けたさまざまなサービスを展開している。流通系クレジットカード会社であるポケットカードも、生活に寄り添ったサービスを展開。最近ではコンビニの大手・ファミリマートと提携した『ファミマTカード』の発行でも注目を集め、2015年2月期には有効会員数が約500万人となった。

同社のお客さまセンターは、大阪に拠点を置き、当初、顧客からのコールはカードに記された6カ所の中継センター(一般電話番号)を経由して大阪へ転送されていた。「当初の運用では、転送のための通信費は当社負担となっていたため、結果的にはフリーダイヤルと変わらな

クレジットカード業界に新たな選択肢を示した画期的な試み。

2005年9月に全てのコールを大阪接続のフリーダイヤルに統一しました。しかしその後、携帯電話の普及によりコールが急増。それに伴い、当社が負担する通信コストも上昇してしまいました。星加氏は当時を振り返る。

サービスだったので不安はありません。クレジットカード業界全体としても、導入している会社はほぼ皆無だったと思います。しかし、通信コスト削減に有効な手段だと判断し、導入を決意しました。星加氏は、導入までの経緯を語る。こうして同社お客さまセンターでは、業界に先駆けて2007年9月にフリーダイヤルとナビダイヤルの併用による運用が開始された。

注目されていた業界初のナビダイヤル導入だったが、顧客にとっては認知度が低いサービスであったため、戸惑いも生じていたという。「導入直後は一時的にコール数が激減。また、通話料の一部を有

料化したことでお客さまからの苦情もありました。しかし、コールが殺到する請求明細発行日や支払いの約定日には、センターのキャパを大幅に超えていたため、オペレーターの配置を含め、センター全体の体制を立て直す良い機会になったと思います。また、フリーダイヤルのみで運用していた頃は、対応するオペレーターの業務負担も増大していましたが、ナビダイヤル導入後は1コールあたりの対応時間も短縮し、負担も軽減さ

れました。結果的に電話対応のサービス品質の向上や、関連サービスを提供するクロスセルの拡大にもつながったと思います」と岡野氏は、導入効果を打ち明ける。

その後同社では、会員数や提携カードの増加に対応するため、お客さまセンターの運用改善や拡充にも着手。現在



ナビダイヤル導入
固定電話▶フリーダイヤル
携帯電話▶ナビダイヤル
でコールを振り分け

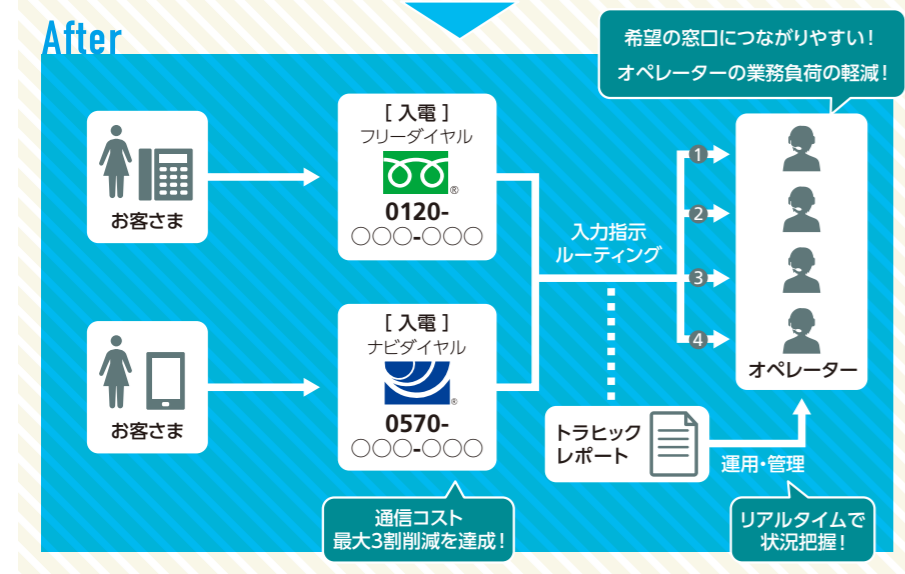
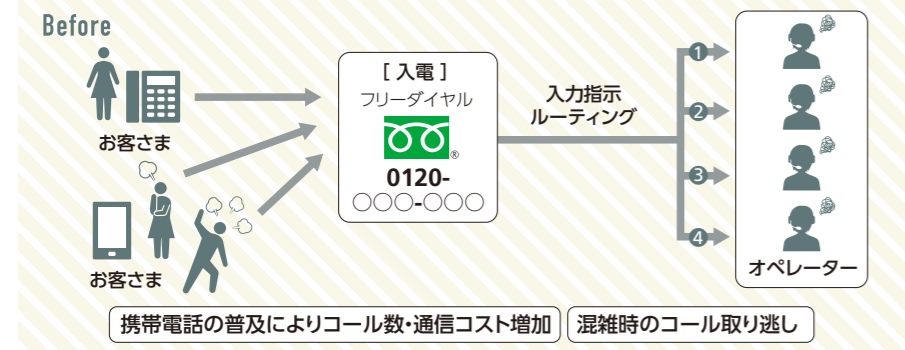
は、札幌市にも拠点を設置し、大阪と札幌の2拠点体制を確保。「2拠点運用では、ルーティング機能とトラヒックデータを活用しています。大阪札幌それぞれのキャパを見極め、

現在、同社お客さまセンターではお客さまへのアウトバウンド時に、『特定番号通知』でフリーダイヤルを表示しているが、今後はナビダイヤルに切り替えていくことも視野に入れている。また、ナビダイヤルの『カスタマコントロール』機能を活用し、大阪被災時には札幌や本社がセンター機能を代行するBCP対策の構築についても、今後の取り組みのひとつとして挙げられている。

ナビダイヤルのサービス活用により、新たな課題へも柔軟に対応。

ナビダイヤルに代表されるNTTコミュニケーションズが提供する多彩なサービスは、同社お客さまセンターの業務改革に広く貢献していると言えよう。

Solution flow



ベテランのオペレーターが揃うお客さまセンターはお客さまとの唯一の接点。保険やリボなどの問い合わせのほか、営業活動も行っている

導入後
通信コスト
最大3割削減達成!
そのほかにも…
・ 対応時間の短縮により、サービスの品質向上やクロスセルの拡大が可能に!
・ センターの運用改善、拠点拡充にもつながった!