

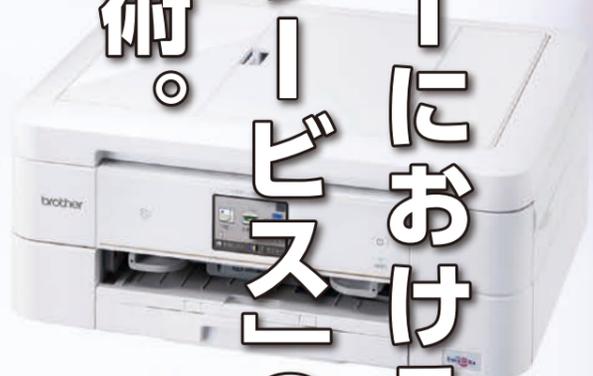
ナビダイヤル 活用マガジン

vol. 78

ブラザー販売株式会社さまの場合



コールセンターにおける
「SMS送信サービス」の
スマート活用術。



brother
at your side

SMS送信 サービス



あふれ呼をSMSでWebサイトに誘導!
ビジネスチャンスを逃さない!!

フリーダイヤル/ナビダイヤルへ発信した携帯電話からのコールが
お話し中や営業時間外で受け付けられない場合、
発信元の携帯電話にSMS (ショートメッセージサービス) を送信して、
Webサイトへ誘導するサービスです。

特長
1

お客さま満足度の 向上

対応できないお客さまを
減らすことにより、
お客さま満足度の
向上につながります。

特長
2

ビジネスチャンスを 逃さない

受け付けられなかったお客さまの
コールをWebへ誘導することで
ビジネスチャンスの
拡大につながります。

特長
3

導入が スピーディー

簡単にお申込みができます。
Webサイト
をお持ちであれば、
すぐにご提供が可能です。

仕様

利用できるサービス	フリーダイヤル・インテリジェントサービス ナビダイヤル・インテリジェントサービス
契約単位	サービス番号単位
SMS送信可能キャリア*	NTTドコモ ソフトバンクモバイル au

*旧イー・モバイルの一部機種については、送受信できませんのでご注意ください。

料金

月額使用料	基本料	50,000円 (税込54,000円) / 1サービス番号
	SMS送信料	50円 (税込54円) / 1送信
工事費	SMS設定費*	50,000円 (税込54,000円) / 1工事
	サービス番号設定工事費	1,000円 (税込1,080円) / 1サービス番号

*本サービスを利用するときに必要な設定費用となります。また、本サービスの設定を変更する場合において
も、別途費用が必要になることがあります。詳細については、営業担当者までお問い合わせください。

お申し込み、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2017年3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。

2017.3

Copyright © 2017 NTT Communications

ナビダイヤルの「SMS送信サービス」を活用し、コールセンターのマルチチャネル化を推進。

プリンター・複合機などの情報通信機器を中心としたブラザー製品の国内マーケティングを担うブラザー販売は、顧客接点の最前線で販売からユーザーサポートまで、きめ細かなサービスを提供しています。2016年6月にはSMS送信サービスを導入。その運用状況や成果などについて、同センターの担当者・野坂健三氏に語っていただきます。

ブラザーユーザーへのCS向上のため進化を続けるコールセンター。

1908年明治41年のミシン修理業の創業をルーツとし、日本の製造業の黎明期を支えてきた老舗メーカーとして、世紀以上にわたり時代の変化に対応したユニークな製品やサービスを提供してきたブラザーグループ。今日では、家庭・ビジネス向けのプリンター・複合機、家庭から産業向けのミシンなどを中心に、グローバルなビジネスを展開している。そのグループにおいて、国内の顧客ニーズを反映した製品やサービス、ソリューションを提供しているのがブラザー販売である。同社ではユーザーに対するアフターフォローもブラザーの価値向上のための重要なミッションのひとつと考えており、その拠点として機能しているのがブラザーコールセンターだ。

センターでは、プリンター、複合機をはじめFAX、モバイル端末、スキャナー、ラベルライターなど主に情報通信機器の使い方や、トラブルシューティング、買い替え相談、消耗品の案内など、幅広い問い合わせに対応している。

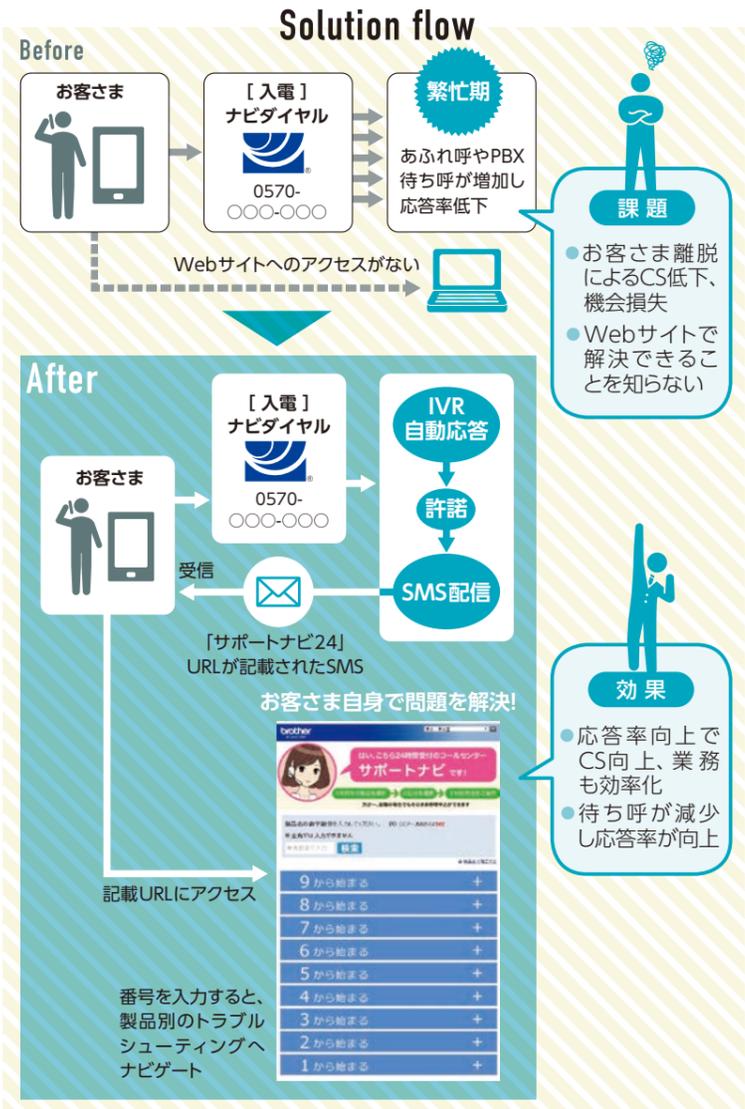
「当社のコールセンターが最初にナビダイヤルを導入したのは2003年。それ以降は、これに加え、050ビジネスダイヤル、一般回線など、複数の回線で運用していました。しかし、煩雑な回線管理を簡素化するため、インフラジェットプリンターと複合機の相談窓口については2014年4月に、すべての回線をナビダイヤルに統一し、回線の一元管理を実現しました」とコールセンターの担当者・野坂健三氏は、回線運用の経緯を語る。

これにより、回線の運用管理面では大幅な効率化が図れたとのこと。しかし、繁忙期のPBX待ち呼やお問い合わせ窓口の電話が繋がらないことによるCS低下や機会損失などの課題は残されていた。そこで、コールセンターへのつなが

実際にスムーズな導入で「と野坂氏は、NTTコミュニケーションズを評価した。

Webサイトへの誘導により、待ち呼の減少・応答率向上を実現。

こうして、2016年6月にSMS送信サービスがスタートした。「お客さまの一部をSMS送信でサポートナビ24にご案内することにより、センターの運営・管理面でも大きな効果が生じています」と野坂氏は言う。課題だった待ち呼



課題
●お客さま 離脱によるCS低下、機会損失
●Webサイトで解決できないことを知らない

効果
●応答率向上でCS向上、業務も効率化
●待ち呼が減少し応答率が向上



CS推進部
お客様サポートC コールセンター
野坂 健三 氏

ブラザー販売株式会社さま

会社概要
設立：1998年10月12日
資本金：35億円
従業員数：343名(2016年3月現在)
事業内容：情報機器、ホームファッション機器の販売・マーケティング・ユーザーサポート
URL：http://www.brother.co.jp/bsl/
コールセンター概要
受付時間：9時～18時(月～土曜)
業務内容：ブラザー製品(プリンター・複合機)に関する問い合わせ業務
卓数：約150席(最大)

の部にサポートナビ24をご案内できれば、待ち呼の解消にもなるはず。そこで、SMSを自動送信できるサービスの導入を検討しました」と野坂氏。

ユーザーニーズに応じてWebサイト/電話を選択できる新しい仕組みを構築。

「スマートフォンからの着信が約4割にも達している現在、これらのお客さま

については、オペレーターが対応する前にサポートナビ24をご案内することで減少した。同時に、オペレーターの応答率が向上し、業務の効率化が図られた。SMSはコールセンターの営業時間外でも送信でき、休日・深夜でもユーザーからの問い合わせに対応可能となったことでCSも向上した。

また、同社ではSMSを利用したユーザーへのアンケートも実施した。その結果は、「また利用したい」が約7割であり、その理由として「待ち時間なく利用できる」「時間を問わず自分のペースで利用できる」などの好意的な回答が得られた。電話

最先端技術を活用し、コールセンターの自動化などを展望。

これらの成果を受け、今後、同社では同様な仕組みをBtoB向け製品などの相談窓口への展開も予定している。また、問い合わせ対応のさらなるマルチチャネル化を推進するため、SMSを利用して「電話予約サービス」も開始する。SMSで病院の問診票のようなフォームをお送りし、その回答をもとに、オペレーターから折り返し連絡をするというサービスだ。事前にお問い合わせ内容が分かるため、対応時間の短縮化につながる。お客さまも、電話が繋がらないうちにSMSで問い合わせたいと期待されている。

そして、将来的には、Aやロボット技術を導入したコールセンター業務の自動化や、販売とサポート業務をシームレスに統合する顧客接点のオムニチャネル化も模索しているとのこと。「このような業務改革やCS向上を推進するため、今後も私たちの要求にマッチしたソリューションをご提案いただきたいと思います」と野坂氏は、NTTコミュニケーションズに対する期待を語ってくれた。