



低コストで効率的な顧客満足度調査を実施する

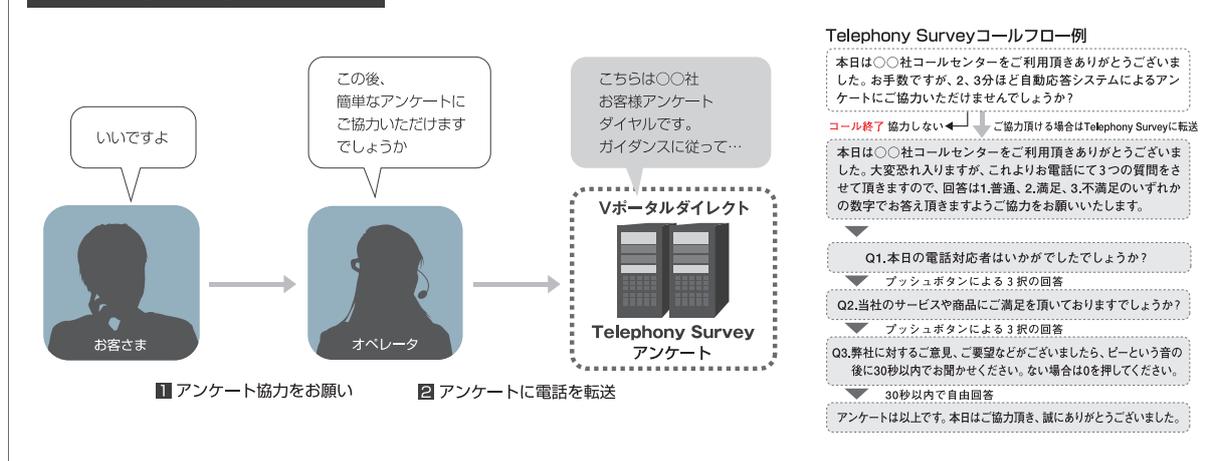
株式会社TREE様

コールセンターの顧客満足度調査アンケートにVポータルダイレクトを活用。

● Vポータルダイレクト導入前の課題とソリューション

- 調査員による覆面調査（ミステリーショッピング方式）での、調査目的だとわかった場合に生じる公平性の欠如。
- 覆面調査では、調査実施から結果報告までの期間が約3週間とタイムラグが生じ、正確な状況が把握しづらい。
- リアルタイムに顧客の声を集められるアンケートシステムを作るには多数の専門の調査員や大量の電話回線が必要。

Telephony Survey システム概要



■ 最良のアンケートサービスを求めて

TREEは、日本におけるテレマーケティングの第一人者であり、過去18年間で100件を超えるコールセンターサイトの構築やサポートに関わってきた。従来は、コールセンターのクオリティを調査する方法としてミステリーショッピングという調査員による覆面方式で実施していた。しかし、オペレータが調査目的とわかった場合に生じる公平性の欠如や、調査実施から結果報告までに約3週間かかり、タイムラグが生じるため正確な状況把握が難しいという欠点があった。そこでVポータルダイレクトを利用することで、低コストで高品質の新サービス「Telephony Survey」が誕生した。

■ 企業と顧客との絆を結ぶ、新たなチャネルとしての可能性

初期投資を抑えることのできる「Telephony Survey」システムでは、企業が行う窓口業務が導入前と導入後で変わらないことも魅力だ。電話による窓口業務が終わった後、アンケートに答えられるかを顧客にたずねたうえで、はじめて「Telephony Survey」システムに転送され、自動でオペレータの対応についての満足度調査ができる。経営陣が最も知りたい顧客の生の声を直接聞けるため、マーケティングの切り口としての可能性も広がる。「Telephony Survey」のような利用法は企業の顧客満足に対する意識を向上させるとともに、新たなマーケティングツールとしても役立つだろう。

● 導入決定のポイント

- 音声ガイダンス制作が簡単にできる。
- 大量の電話回線を自社で用意する必要がない。
- アンケートの中でフリーアンサーの音声録音もできる。

● 導入の効果

- 電話での自動応答はオペレータを介さないでアンケートに気軽に答えやすく、効率的にアンケートを回収できた。
- 経営陣が最も知りたい顧客の生の声を直接聞けるため、マーケティングの切り口としての可能性が広がった。