

RICOH

リコージャパン株式会社

一層の顧客満足度向上を目指し、コンタクトセンター基盤を刷新 顧客接点力の強化と戦略的マーケティングにつなげる

導入サービス：コンタクトセンターソリューション



リコージャパン株式会社
執行役員
カスタマーサポート本部
本部長
宮本 好雄氏

「お客さま満足度のさらなる向上に向け、新技術に柔軟に対応した拡張性の高いシステム基盤は今後一層効果を発揮してくれるはずです」



リコージャパン株式会社
カスタマーサポート本部
サポート統括室 サポート計画グループ
リーダー
木内 聡氏

「改革はまだ道半ば。今後もNTTコミュニケーションズとともに、コールセンター改革やオムニチャネル化を推進していきます」

*両氏の所属情報は2017年2月時点のもの

企業情報

社名 リコージャパン株式会社

事業概要 リコー製品を中心とした製品・サービスを販売するソリューションベンダー。近年はオフィスソリューションだけでなく、産業・社会インフラにまで事業領域を広げ、新たな価値創造を推進している。

URL www.ricoh.co.jp/

課題

- ・事業構造の変化に対応した最適な顧客接点基盤を実現したい
- ・新技術を柔軟に取り込める拡張性を備えたシステム基盤を求めている

対策

- ・規模の増減やシステム変更に対応しやすいハイブリッドクラウド基盤を採用
- ・オムニチャネルやAI、デジタルマーケティングを見込んだ拡張性を目指す

効果

- ・ITコストの変動費化により5年で約20%のTCO削減を見込む
- ・新機能を迅速かつ簡単に実装できる柔軟なシステム基盤が整った

課題

事業構造を変革し、価値提供領域を拡大 「顧客接点力」のさらなる強化がミッションに

リコーグループの販売事業会社であるリコージャパン。複合機・プリンターやビジュアルコミュニケーション、ITサービスなど、多様なソリューションを提供することで、企業の経営課題解決に貢献する。近年は、オフィス以外にも価値提供領域を拡大。それに伴い、顧客対応品質を維持・向上するための取り組みにも力を入れている。

「営業担当、カスタマーエンジニア (CE) をはじめ、お客さまに対する各チャネルの対応力を、当社は『顧客接点力』と呼んでいます。これにより一層の磨きをかけることがビジネス成長のカギと考えています」と同社の宮本 好雄氏は述べる。

この顧客接点力を担う重要チャネルの1つがコンタクトセンターだ。年間400万コールに対し、100%に迫る応答率や迅速・的確な対応を実現。顧客サポートの要となっている。「対応品質を維持しつつ、一方では拠点規模やコストの最適化も図ることが、コンタクトセンター運営のポイントだと考えています」と同社の木内 聡氏は説明する。そのため、これまでクラウド化によるシステム基盤の統合なども行いながら拠点再編や仕組みの改善を進めてきたが、近年はある課題もあったという。

例えば、現在は通話音声テキスト化して対応例をデータベース化したり、さらにはそれをAI(人工知能)に学習させてオペレーターをサポートするといった新技術が登場。自然言語技術の発達により、ゆくゆくはAIがオペレーターを代替できるようになるという見解もある。「しかし、既存のシステムは自社で独自に構築したもののため、新機能の追加には多くの工数とコストが必要でした。これでは、今後も速まる技術革新に対応しにくい。規模やコストの一層の最適化を図る上でも、システムの柔軟性強化は課題になっていました」と宮本氏は振り返る。

対策

提案力と技術・サービスの網羅性を評価 既存システムも活かすハイブリッド化を推進

そこで同社は、コンタクトセンターのシステム基盤のリプレースを決断。その際重視したのが、「コンタクトセンターの刷新だけで終わらせない」ということだった。

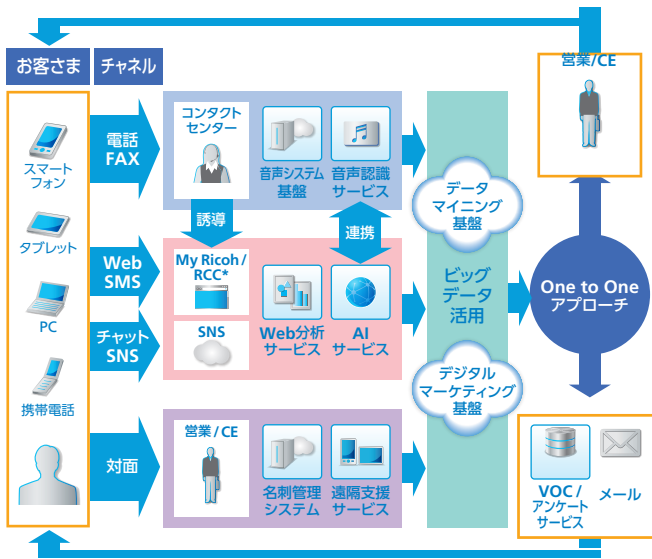
具体的には、将来的に営業・CEといった各部門の業務システムや顧客向けのWebサイト、SNSなどとコンタクトセンターのシステムを連携。シームレスなデータの共有・活用基盤を構築することで、多様なビジネスに応用できるようにするというものだ。

「顧客接点力は、あるポイントだけ見直しても大きく強化することはできません。そのため、プロジェクトのパートナー選定においても、将来にわたるロードマップを策定し、ともに取り組んでいけるベンダーかどうかを重視しました」と木内氏は述べる。

複数ベンダーの提案を検討した結果、最終的に選んだのがNTTコミュニケーションズ(以下、NTT Com)である。

NTT Comは、顧客接点を変革する新しい顧客エンゲージメントのコンセプトを基に、プロジェクトを3段階にわたる提案を実施。ステップ1では、コンタクトセンターシステムをハイブリッドクラウド基盤に移行し、ステップ2で他部門システムとの連携やWeb / チャット・SNSなどのオムニチャネル化を実現。ステップ3でAI機能の追加、ビッグデータ活用によるデジタルマーケティングを実現することで、リコー日本の目指すシステムを具現化することにした。

図 リコー日本が目指すシステムの概要



あらゆるデバイスやチャネルを横断して顧客の声を収集。その情報は各部門の顧客対応に活用するほか、データ分析によってプロアクティブな施策の実現にも活かしていく

「決め手は、要件を満たす提案力と、必要なソリューションをワンストップで提供できる総合力でした。クラウド基盤やネットワーク、音声機能はもちろん、オムニチャネルやAI、デジタルマーケティングまで、NTTグループは当社が求める技術・サービスを網羅的に揃えています。長くともに歩むパートナーとして、信頼できると感じました」(宮本氏)

実績も重視した。特に、同社のコンタクトセンターは約1,100席に上る大規模なもの。この規模のシステムを扱った経験のあるベンダーは少なく、NTT Com独自の強みとして大きな安心感につながったという。

効果

一歩先を見据えたシステム基盤を構築中 5年間で約20%のTCO削減効果も見込む

現在はステップ1の、ハイブリッドクラウド基盤の移行を実施中だ。これまでトラブルもなく、顧客接点力強化に向けた基盤整備は順調に進んでいる。

成果が出るのはこれからだが、期待は大きい。「NTT Comとの相談の結果、今回は、パブリッククラウドとプライベートクラウドのハイブリッド型を選択。標準化が難しい独自システムも使い続けられるようにしたほか、パブリッククラウド基盤を中心に、一部プライベートクラウド基盤を活用した冗長化によりBCP強化も図れています」と木内氏は言う。また、クラウド化により自社保有のIT資産を削減。従量課金型のシステムで座席数も柔軟に増減できるようにした結果、5年で約20%のTCO削減も見込んでいるという。

さらにステップ2以降では、より多くのメリットが得られると同社は見ている。

例えば、Webサイトや他部門システムとの連携が実現した際には、コンタクトセンターの通話履歴から、営業・CEが持つ販売・修理履歴、顧客のサイト訪問履歴まで、チャネル横断的に顧客情報を把握して接客対応を行うことが可能になる。どのチャネルで顧客と接する際も、同質のサービスが提供でき、さらなる顧客接点力強化につなげることができるだろう。

加えて、データ活用の基盤が整えば、より詳細な顧客の好みや潜在ニーズを把握できる。プロアクティブな営業施策やクロスセル/アップセルにつなげることも容易になるはずだ。「もちろん、コンタクトセンターでは、AIが会話の内容を分析し、適切なFAQをリアルタイム表示するといったオペレーター支援策も検討しています。これらの環境を実現する上で、NTTグループの知見は必須。効果的な提案を期待しています」と宮本氏は期待を込める。

“一歩先”を見据え、大規模なシステム改革に着手したリコー日本。顧客接点の質の向上を図り、さらに市場での存在感を高めていく。

お問い合わせ先

NTTコミュニケーションズ株式会社

法人のお客さまお問い合わせ窓口 [法人コンタクトセンター]



0120-106107

受付時間 9:30~17:00

※携帯電話、PHSからもご利用になります。土・日・祝日・年末年始は休業とさせていただきます。

ホームページ

www.ntt.com/business

●記載内容は2017年2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。

●フリーダイヤルのサービス名称とロゴマークはNTTコミュニケーションズの登録商標です。

●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。