

手づくりの本【クチュリエ】

# ナビダイヤル 活用マガジン vol.73

株式会社フェリシモさまの場合

## 取り逃しをなくせ。 お客さまコールの



**NTT Communications** Global ICT Partner  
Innovative. Reliable. Seamless.

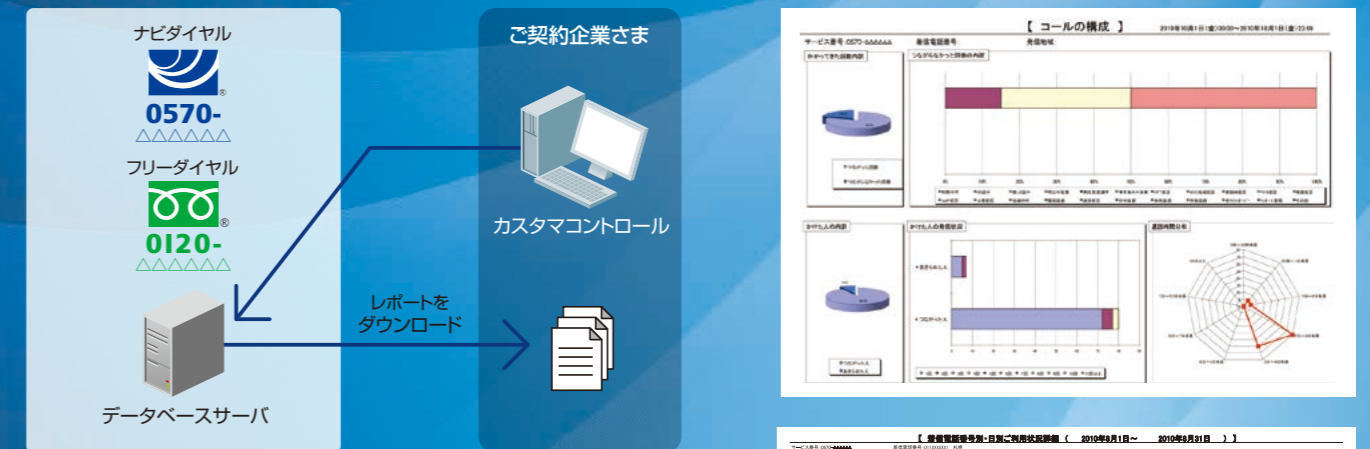
番号ごとに  
月額**3,000円**  
(税込3,240円)

コールを分析した  
詳細データ(16種類)を  
ご提供し、管理者を  
サポート

# トラヒックレポート 作成ツール

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

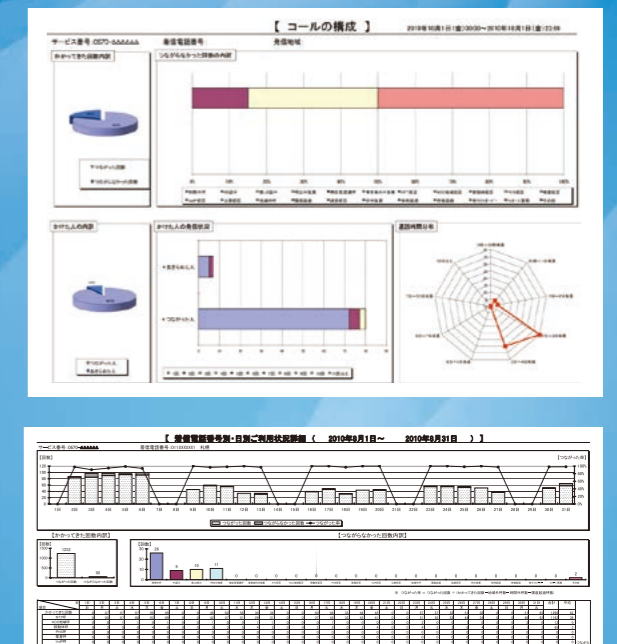
あらかじめ指定されているフォーマットに基づき、  
視覚的に状況を把握できるトラヒックデータの分析サービスです。  
総コール数、つながったコール数などの基本的なデータに加え、  
実際にかけたお客さま(発信者)の数や、つながらなかった理由など、  
コールセンターのパフォーマンスを把握できる詳細分析データをご提供します。  
集計、分析済みのデータですので、簡単、便利、迅速に状況を把握できます。



◎本サービスは午前2時から午前6時までの間を除き終日ご利用いただけます。  
◎ご利用にあたってはパソコンと下記の通信環境をご用意ください。

OS: Microsoft®Windows Vista/7  
ブラウザ: Microsoft®Internet Explorer 7.0/8.0/9.0/10.0

※Macintosh OSでのご利用は動作保証いたしておりません。



[トラヒックレポート例]

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](http://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。

# トラヒックデータにより、取り逃しの原因を把握。 センターの運用を見直し、課題解決に導く。

ファッション、生活雑貨、美容関連など、主に女性やファミリー層をターゲットとしたオリジナル商品を展開するダイレクトマーケティング(通信販売)の老舗・フェリスモ。同社のCS部コンタクトセンター長・菅浩二氏に、コンタクトセンター業務のソリューションとしてナビダイヤルを導入したいきさつを伺いました。

## 通話料金、間違い電話の苦情が多発。 コールの取り逃し対策も急務に...

1960年代、業界に先駆けてカタログ通販を開始したフェリスモ(本社神戸)。現在では、30〜40代の女性やファミリー層を中心に、年間の利用者は延べ613万人を超えている。そんな同社にとってコンタクトセンターは、顧客からのオーダーや問い合わせ対応以外に、最先端のお客さまニーズを把握するマーケティングの拠点としても機能している。

2009年にフリーダイヤルを導入。以来、顧客からのオーダーや問い合わせに対して、固定電話からはフリーダイヤル、主に携帯電話からは一般電話番号で受け付けていた。しかし、「携帯電話を利用されるお客さまが増加した結果一般電話番号への着信が急増。それに伴い、特に遠方のお客さまから通話料金が高いという苦情が多くなりました。加えて、類似する

一般家庭や商店等の電話番号への間違い電話が増え、対策が急務となっていました」とCS部コンタクトセンター長の菅氏は、一般電話番号での運用で表面化した問題を指摘した。

また、これら以外にも「コール集中時に、オペレーター不足などによるコールの取り逃しがある」という問題。これらを正確に把握し、対処するためにも定量的なトラヒックデータの取得が必要でした」と菅氏は語る。

## ナビダイヤル導入を契機に、 コンタクトセンターの 運用改善を目指す。

そこで、同社では問題の解決策をNTTコミュニケーションズに求めた。周到な協議の結果、携帯電話からのコールの受け付けは一般電話番号からナビダイヤルへ変更し、コールの詳細データを提

## トラヒックデータの 分析結果を活かして、 今後の商品開発の材料に。

トラヒックデータの本格的な活用を開始して2年弱、時系列で推移するコール数のグラフの中に「意外な発見があった」と菅氏は言う。「連日、コールは始業時(9時)の数十分間にピークを迎えます。大半は専業主婦の方々からのコールで、以前から把握していました。しかし、継続的にデータを取っていると、昼以降にコール数が増える瞬間がいくつかあることに気付きました。多分、仕事をされている方が休憩の合間にかけておられるのでしょう。このよう

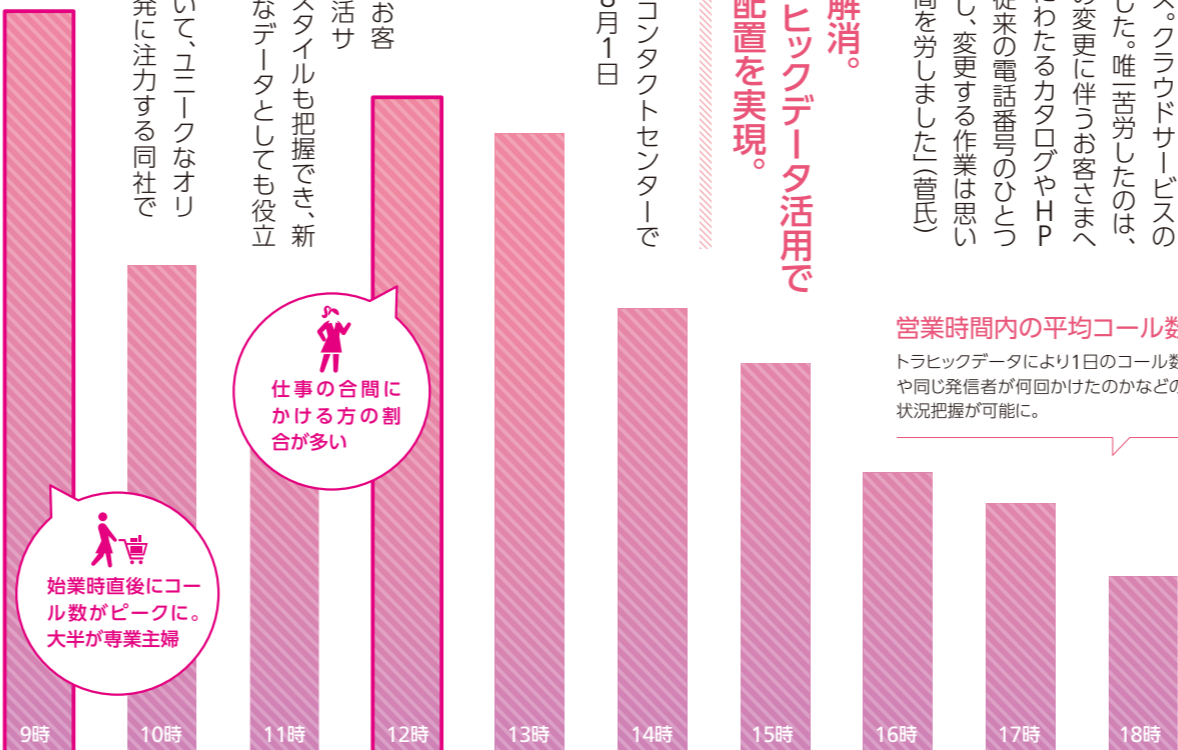
提供する「トラヒックレポート作成ツール」を導入し、話し中時や営業時間外のコールに対応する「オリジナルガイダンス」などのオプションサービスを加えることでナビダイヤル導入が決定した。

「ナビダイヤルはPBXなどの新規設備投資も不要で、立ち上げもスピーディーでスムーズ。クラウドサービスの魅力を実感しました。唯一苦労したのは、ナビダイヤルへの変更に伴うお客さまへのご案内。多種にわたるカタログやHP上に記載された従来の電話番号のひとつひとつをチェックし、変更する作業は思いのほか手間と時間を労しました」と菅氏

## 苦情問題は解消。 さらに、トラヒックデータ活用で 人員の適正配置を実現。

こうして同社コンタクトセンターでは、2013年8月1日

なデータからは、お客さまの1日の生活サイクルやライフスタイルも把握でき、新商品開発の貴重なデータとしても役立ちます(菅氏)  
通販市場において、ユニークなオリジナル商品の開発に注力する同社では、トラヒックデータの積極活用が進んでいるようだ。



営業時間内の平均コール数

トラヒックデータにより1日のコール数や同じ発信者が何回かけたのかななどの状況把握が可能に。



主に商品購入前と後の問い合わせ対応をする自社ビル内のコンタクトセンター

よりナビダイヤルでの運用を開始した。電話オペレーターは常時60名前後(最大100名)を配置。近年、HPからのオーダーの増加に伴い、コール数は「数年、月5万件(最大6万件)規模で推移している」。

「導入直後はナビダイヤルの『On70』から始まる慣れない電話番号に戸惑うお客さまもおられたようですが、コール数そのものには大きな変化はありませんでした。事前に通話料金のガイダンスがあるので通話料金に対するクレームは激減しました」とCSサポートグループリーダーの中西氏は導入効果を語る。

「センターをマネージメントする上では、リアルタイムにトラヒックデータが取得できるようなったことが大きなメリット。総コール数とつながったコール数の差異を取り逃しのコール数も把握できるばかりか、その原因の解析も可能なため、センターのパフォーマンスが把握できます。そこで私たちは、このデータと従来の運用ノウハウを加味してオペレーターを適正に配置。コールの取り逃しが少なくなっただけを実感しています(菅氏)」

### 株式会社フェリスモさま

**会社概要**  
設立:1965年5月  
資本金:18億68百万円  
従業員数:905名(平成27年2月現在)  
事業内容:ダイレクトマーケティング(カタログ通販)  
URL: http://www.felissimo.co.jp/  
**コンタクトセンター概要**  
受付時間:9時~18時(土曜は~17時、日曜・祝日は休み)  
業務内容:商品に関する問い合わせ  
オペレーター数:最大100名



自社開発商品を中心に販売。毎月会員に新作アイテムを届ける「コレクション販売」もユニーク

### Solution flow

