

顧客との“つながり”を実現する IPコミュニケーション

企業では、事業環境の変化に柔軟に対応するためだけでなく、顧客サービスの強化のためにも、社内および社外とのコミュニケーションがますます重要視されるようになってきている。そこで重要な課題となるのが、効果的な顧客サービスを可能にする情報通信基盤の整備である。本稿では、そのような情報通信基盤を実現するために重視すべきポイントを紹介する。

重要になるIPコミュニケーション

企業はいま、クラウドサービスやスマートフォン（多機能な携帯電話）の業務利用など、IT活用の新たな形態に柔軟に対応していくことが必要になっている。また、ブログやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）のようなソーシャルメディアをどう活用するかも課題である。そのため、企業は社内外のコミュニケーションにおいて、多様なチャネルに対応し、適切で効果的な顧客サービスを実現することがこれまで以上に重要になってきた。

例えば、Webサイトやコールセンターの顧客対応サービスは、スマートフォンをはじめ顧客が好む手段で利用できるようにする必要がある。また、社内業務では情報を必要な時に必要な人に厳格な情報管理の下で提供することが求められるが、この場合でもさまざまなコミュニケーション手段を使えるようにすることが必要になってくる。

野村総合研究所（以下、NRI）は、上記の課題に応え顧客接点の高度化を可能にする情報通信基盤をIPコミュニケーションと規定している（図1参照）。IPコミュニケーションは以下の3つのソリューションが軸になる。

- ①IP電話やコールセンターなどの「音声ソリューション」
- ②シンクライアントやモバイルワーク環境などの「オフィスソリューション」
- ③CRM（顧客関係管理）システムやSFA（営業情報管理）システムなどの「顧客情報管理ソリューション」

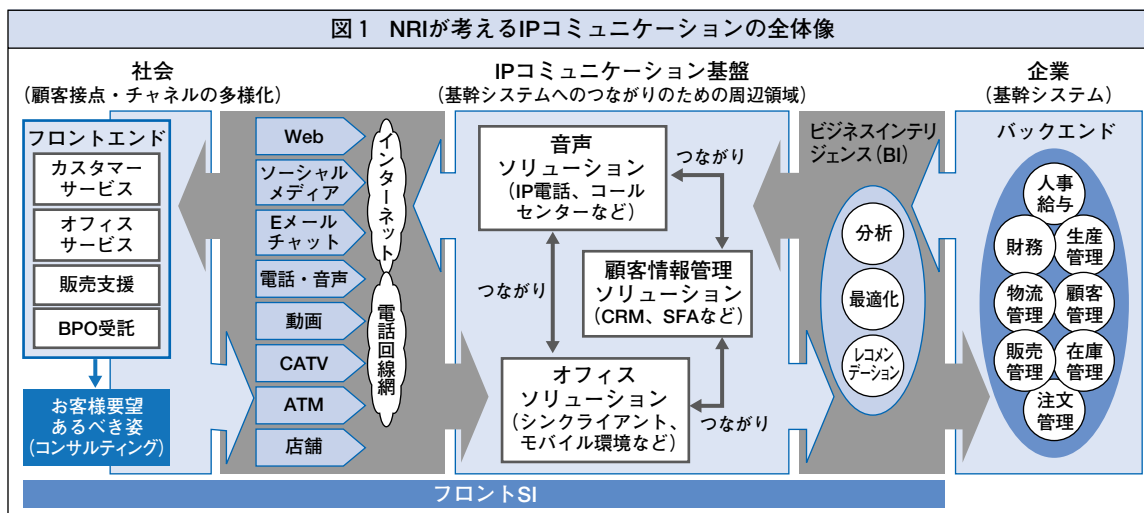
“つながり”を意識した機能の連携

最適なIPコミュニケーションを構築する上で重要なのは、コミュニケーション活用のシナリオを描くことである。顧客に対する訴求力を高め、他社に対する優位性を保持するためには、どのようなコミュニケーションの活用方法が必要かというシナリオである。その上で、シナリオに合った機能を持つ複数のソリューションを選定し、それを組み合わせて導入する必要がある。

例えば、顧客サービスはコールセンターのような直接の担当部門だけが行うのではなく、必要に応じて社内外の専門家と迅速に連携し、顧客の視点に立ちながら適切でスピード感ある対応を柔軟に展開していくことが必要である。そのためにはコールセンターシステムとCRMシステムだけでは十分ではない。それら



図1 NRIが考えるIPコミュニケーションの全体像



のシステムに加えて、社内外のナレッジ共有機能、Web会議機能など、コミュニケーションのための“つながり”を意識した複数の機能を連携させることが必要なのである。

顧客接点での“つながり”を重視

IPコミュニケーションの“つながり”で留意すべき点は、複数機能の組み合わせだけではない。顧客接点（チャネル）の“つながり”も重視すべきポイントである。

スマートフォンのような多機能なモバイル端末の普及に伴い、顧客は複数の端末を状況や目的に応じて使い分けるようになってきている。このとき、顧客が自社のWebページの内容についてコールセンターに問い合わせてきた際に、その顧客がどのような端末でWebページを閲覧しているのかを知ることができれば、より適切な回答やナビゲーションが可能になる。また、顧客との対応履歴を分析すること

で、個々の顧客の好みやニーズに合った商品・サービスを最適なチャネルを通じて提案することも可能になってくる。

このように、複数の顧客接点から入力される情報をCRMシステムで統合的に管理・分析し、最も効果的なチャネルでマーケティングを行うといった“つながり”が、顧客視点のサービスを実現するために極めて重要になる。

企業が“つながり”を意識したIPコミュニケーションを実現するためには、まず現状の課題を洗い出し、その上で顧客サービスのイメージをグランドデザインにまとめることが必要である。NRIは、グランドデザインに関するコンサルティングから、その後のシステム化計画、システム構築までを“フロントシステムインテグレーション（SI）”と規定し、企業のIPコミュニケーション実現を支援している。