

# コンタクトセンター・ソリューション・レポート

## Vol. 6 IVR活用ソリューション

2009年8月

協賛



株式会社NTTデータ



株式会社CCM総合研究所

# 目 次

1.はじめに	3
2.コンタクトセンター・ソリューション・レポートとは	4
3.コンタクトセンターを取り巻く運営上の課題	6
4.IVR導入・活用の課題	9
5.IVR活用①あふれ呼対策	12
6. IVR活用②キャンペーン情報案内	14
7. IVR活用③顧客満足度調査	16
8. IVR活用④自動音声アウトバウンド	18
9. i-lligra(アイリグラ)オンデマンドの特徴と製品体系	21
10. おわりに	23

- 本レポート中のシステム名、製品名は一般に各メーカーの登録商標または商標です。
- 本文中にはTM、®マークは明記していません。
- 本レポートの無断転載を禁じます。

# 1. はじめに

さまざまな業界・業種でコンタクトセンターが開設され、消費者が実際にセンターに問い合わせる機会も増えてきた。一昔前は、単なる苦情や商品の問い合わせの対応であったセンターは、今や企業の経営戦略のチャネルの1つとして、顧客の生の声を収集して商品開発や改善などに生かすマーケティング機能や、経営層や関連部署に情報発信する拠点として、またコンタクトセンターでの対応品質が、企業の姿勢と捉えられるなど非常に重要な役割を担うようになってきている。

2002年頃を境にコンタクトセンターは電話だけでなく、WebやEメールなどさまざまな媒体によるマルチメディア化が進み、最新のシステムやツールを導入しながら進化を遂げている。業務にあったIT環境を構築できるか否かは、オペレーションのパフォーマンスのみならず、コミュニケーターのモチベーションやスキル成長のスピードにも大きく影響する。しかし、十分な環境が整えられているセンターはまだ少なく、また、IT環境の現場業務における活用性の低さ、投資対効果の低下と言う点でも深刻な問題を抱えているセンターも多い。

企業経営におけるコンタクトセンターの重要性が格段に高まっているだけに、各企業のビジョンに合った最適なITソリューションの導入は、各センターにとっての重大な要となることは間違いない。だが、今まで、個々のソリューションの必要性や導入プロセスなどをわかりやすく詳細に説明したものが存在していないのが現状であった。

本コンタクトセンター・ソリューション・レポートは、コンタクトセンター運営に必要とされるさまざまなコンタクトソリューションをテーマ別に分け、詳細にわかりやすく紹介したレポートである。IVRにスポットを当てたVol. 6の本レポート作成にあたり、SaaS型コンタクトセンターソリューション「i-lligra (アイリグラ) オンデマンド」シリーズを提供する株式会社NTTデータに、自社ソリューションなどさまざまな資料の提供などにご協力いただいた。本レポートが、コンタクトセンターでさまざまなIVR活用を検討されている皆様の参考になれば幸いである。

## 2. コンタクトセンター・ソリューション・レポートとは

生産性の向上、コスト削減を実現するためには、コンタクトセンターソリューションの導入は不可欠である。現在、最新のさまざまなソリューションが登場しており、IT ツールを使用せずに運営されているコンタクトセンターは皆無と言っても過言ではない。しかし、その一方で「業務に合わず使い勝手が悪い」、「投資したが効果が出ず、高くついてしまった」、「現場でうまく活用できず、余計な機能が多い」などといった IT 環境に関する不満も多く耳にする。このような状況が生じるのは、導入するユーザーが、個々のソリューションの必要性や導入プロセスなどについて十分に理解していないことに起因している。

本来、コンタクトセンターの IT 環境は、コミュニケーターやスーパーバイザーにとって使いやすさはもちろんのこと、その活用によりコンタクトセンターのパフォーマンスを向上させることが目的であるはずである。顧客との対応機能やスタッフの教育機能など必須の機能はどのセンターでも共通するが、ビジョンの内容により大きく異なる部分も存在するため、ユーザーはやみくもにメーカーの勧めるままにソリューションを導入するのではなく、シビアに見極める目が必要である。

コンタクトセンター・ソリューション・レポートは、コンタクトセンター運営に必要とされるさまざまなコンタクトソリューションをテーマ別にわけ、詳細に紹介した業界初のレポートである。

本レポートは、個々のソリューションの必要性、導入プロセスなどをわかりやすく説明、各ソリューションの総論から実例を交えた各論へ話を進めていくと同時に、コンタクトセンター運営上の課題も盛り込んでいるため、担当役員から現場のスーパーバイザーに至るまでそれぞれの視点からわかり易い構成になっている。さらに、代表的な製品を例にとって、導入のプロセスや導入後の運営の進め方なども具体的に解説した。

コンタクトセンター・ソリューション・レポートの主な特徴は、以下の通りである。

1. コンタクトセンターに必要とされる個々の IT ソリューションを約 20～40 ページのボリュームで満載
2. 個々の IT ソリューションの必要性から、導入プロセス、留意点まで代表的なソリューションを例に具体的に解説
3. 本レポートの PDF 版を当社 Web サイト「@CCM」  
(<http://www.atmarkccm.com>) から、無料ダウンロード可能

### 3. コンタクトセンターを取り巻く運営上の課題

近年、コンタクトセンターは、電話、Web、Eメールなどさまざまな媒体を使用し、マルチチャネル化されている。それに伴いコンタクトセンターの運営も複雑になり、コミュニケーターに求められるスキルや業務知識も高度になるとともに、コミュニケーターの管理や育成もますます難しくなっている。どのセンターにおいても運営における課題は共通ものが多く、しかも、何から着手したらよいかわからないという“コンタクトセンター病”に大抵のセンターはかかっている。

		単位:%	
		現在	今後
生産性	要員管理の徹底による人件費削減	18.8	22.6
	オペレーション効率の向上	34.4	29.8
教育・研修	委託先あるいは派遣社員の管理徹底	3.1	2.4
	スーパーバイザーの採用・育成	17.2	21.4
	オペレータの採用・育成	25	28.6
品質	オペレータの定着率向上	10.9	7.1
	応答品質の維持・向上	56.3	42.9
セルフサービス	呼量に応じたオペレータの適正配置	17.2	10.7
	アクセス方法、受付時間帯等利便性の向上	12.5	10.7
社内貢献	顧客の問題解決力の向上	42.2	36.9
	顧客ニーズの把握・分析の強化	29.7	46.4
	社員満足度の維持・向上	12.5	14.3
	社内他部門との連携強化	18.8	31
	その他	3.1	1.2

出典:社団法人企業情報化協会調査 2005 n=64 n=84

図 3-1 コンタクトセンター運営上の課題

図 3-1 は、社団法人企業情報化協会が調査したコールセンター／コンタクトセンターにおけるセンター運営の実態調査である。このデータを見ると、「要員管理の徹底による人件費削減」や「オペレーションの効率の向上」といった生産性に関する課題、センターの要になる「スーパーバイザーの採用・育成」や「オペレータの定着率向上」といった教育・研修に関する課題、「顧客の問題解決力の向上」といったセルフサービスによる課題、「顧客ニーズの把握・分析の強化」や「社内他部門との連携強化」といったコンタクトセンターがコ

ストセンターからプロフィットセンターとしての地位を確立するための社内貢献といった課題などが見られる。

また、センター運営上考えられる課題を挙げると、コミュニケーション不足、人手不足、研修体制の不備、顧客への回答がまちまちで統一性がない、応対品質水準が不明確、経営陣の無関心、業務の猥雑さ、伝達がスムーズにいかず、情報が周知徹底されない、離職率が高い、劣悪な職場環境、ITの不備、メンテナンスが追いつかない——などが挙げられる。これらの課題は単一での存在は考えがたく、相互に影響することにより複雑にリンクしている。

この課題解決を行い効率的なセンター運営を目指すには、業務の中でシステム化できるものについては最適なシステムを導入し、それと共にコミュニケーターやスーパーバイザーのスキル育成やセンター内の知識共有など一定水準のサービス提供に必要な組織内部の能力を向上させることである。

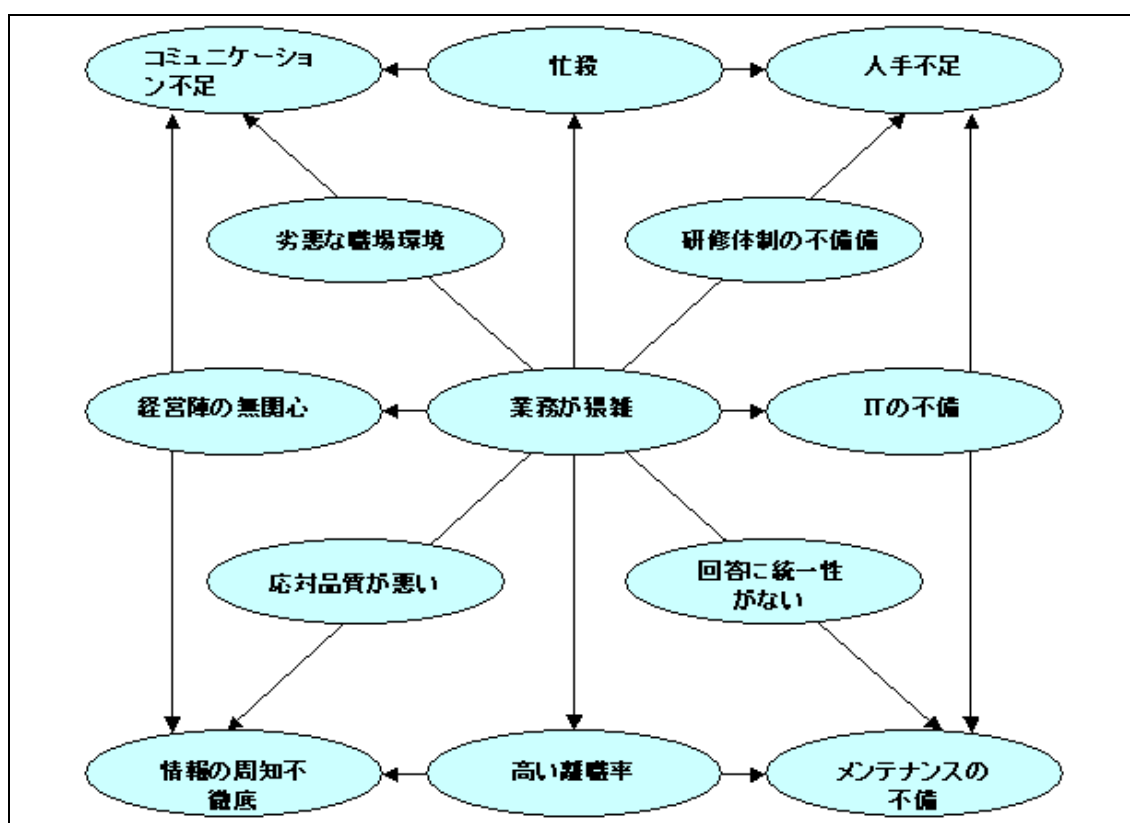


図 3-2 相互に影響するコンタクトセンター運営上の課題の例

コンタクトセンターは企業の顔と捉え、電話・メール・Webなどの通信手段を通じて集められた声に着目し、それを経営戦略に生かすことに注力している経営層も増えている。各企業の経営層のコンタクトセンターに対する認識にはまだ温度差があるが、ロイヤリティの高い顧客を囲い込むと同時に見込み客や新規の顧客をファンにさせ、いかに定着させるかが企業の命運を担っていると感じている経営層は、顧客第一線で接するセンターの重要性を把握し、センターが経営に直結しているケースも伺える。課題をスムーズに改善するコンタクトセンターソリューション導入は、経営層のセンターへの理解の有無がメインファクターとなっていると言えよう。



## 4. IVR導入・活用の課題

近年、コンタクトセンターでの呼量が増加傾向にある中で、コミュニケーターの業務負担が大きくなってきている。そこで、コミュニケーターの負担軽減のために IVR などのセルフサービスを導入するコンタクトセンターが増加している。しかし、すべてセルフサービスで対応したのでは顧客のストレス要因となり、顧客満足が得られないのが実情だ。中には、顧客満足の低下を懸念して IVR の利用を中止した企業もある。このように IVR の導入は、企業にとってはコスト削減につながる反面、顧客満足度の低下を招きかねないという問題をはらんでいる。

### 顧客満足度低下につながるという神話

コンタクトセンターを利用するのは、解決したい疑問や問題を電話で手軽に早く知りたいという場合が多い。しかし、流れてくる録音音声が変わりにくく、使いにくい IVR だと、顧客は IVR で完結せずにコミュニケーターとの会話ボタンを押してしまう、あるいは途中で切ってしまった結果、放棄呼の増加につながってしまうなどの問題につながるだけでなく、顧客満足度の低下になる。

顧客に目的の階層まで到達させ、放棄呼を減少させ、コミュニケーターへの転送率を下げ、顧客満足度の低下にならないように IVR を導入するには、顧客に不便を感じさせないように IVR を活用する必要がある。

### IVR 活用のチェックポイント

そのためには、**図 4-1** に挙げるような項目をチェックしておく必要がある。顧客が IVR で素早く自己解決するためには、まずメッセージの品質が重要だ。メッセージ品質には、まず聴きとり易い音声スピードでアナウンスが流れる必要がある。さらに、簡潔な表現が求められる。丁寧な表現を重視するあまり、長いアナウンスになってしまわないように注意する必要がある。また、適切な階層で、目的の回答が得られるようなツリー構造にする必要がある。

IVR をより多くの顧客に活用してもらうためには、利便性を重視する必要がある。そのためには、まず利用頻度が高い順番にメニューの選択肢の順番をしておく必要がある。また、アナウンスの途中でも次の項目に移動したり、前の項目に戻れるなどツリー内で移動がしやすくしておくことも大切だ。

### IVR活用の10のチェックポイント

1. IVRの設置目的・位置付け・コンセプトは明確にしているか？
2. 顧客が知りたい目的の情報に容易にたどり着けるか？
3. 分岐階層は多過ぎず、3～4層以内か？
4. 各項目の選択肢は多過ぎず、3～4項目以内か？
5. 専門用語や業界用語などを使用せずにわかりやすいメッセージか？
6. 各項目のメッセージは、聞き取りやすいか？
7. 各項目のメッセージは、長すぎず1～2分程度か？
8. いつでもどこでも初期メニューまたは直前・直後のメニューに移動できるか？
9. メッセージにつながり易いか？
10. 顧客の操作ミス、システムダウン時の対策を講じているか？

図4-1 IVR活用のチェックポイント

## さまざまな分野に広がる IVR の活用シーン

コンタクトセンターでの IVR の導入は、目的別や商品別など担当者へ呼の振り分けを行う以外にも、さまざまな分野で活用されるようになってきた。

まず、コンタクトセンターに問い合わせが殺到し、コミュニケーターが対応ができずにあふれた呼に、自動応答で一時対応し、電話番号などを入力してもらい、折り返し電話の予約をするあふれ呼対策。これは、センターの開設時間以外の電話予約にも活用できる。また、IVR はキャンペーン情報案内にも活用されている。キャンペーン情報案内の他にも、商品案内や資料請求の応答や、求人募集、懸賞などの応募対応にも活用されている。

コンタクトセンターのコミュニケーターの応対品質をリアルタイムで調べるなど IVR は顧客満足度調査にも活用されている。さらに、世論調査の際に多く用いられる電話調査や、会員向サービスとしてのキャンペーン活動およびプロモーション活動、リコールや緊急通達が発生した際の情報伝達手段として、一斉配信を実現する自動音声アウトバウンドでも活用されている。

第5章からは、これらの IVR の活用シーン別に、NTT データが提供する SaaS 型コンタクトセンターソリューション「i-lligra (アイリグラ) オンデマンド」シリーズを例にして説明する。

## 5. IVR 活用①あふれ呼対策

「何回かけてもつながらない」、「待ち時間が長い」——これらの声は、顧客がコンタクトセンターへ電話をかけたときに最も不満に結びつきやすい要因だ。だからと言って、電話の集中するピークタイムに備えて、多くのコミュニケーターを常時待機させておくことは、不可能に近い。そのため、どうしてもコール数が受信可能な回線数を上回る「あふれ呼」が発生するセンターが多い。

しかし、これを放置しておく、クレームにつながるだけでなく顧客満足度の低下を招き、さらにはビジネスチャンスを逃してしまうことにもなり兼ねない。そのため、あふれ呼をできる限り減らすことは、コールセンター運営における最重要課題の1つと言っても過言ではないだろう。

あふれ呼対策の1つとして、これまで活用されてきたのが IVR を活用して、自動応答メッセージを流す方法だ。しかし、話し中の状態にはならないものの、自動応答メッセージが延々と流され、なかなかコミュニケーターにつながらないため、逆に顧客満足度の低下を招いていたケースも多い。

そこで最近注目を集めているのが、IVR をより有効に活用したコールバック予約システムと呼ばれるソリューションだ。「顧客の9割以上が10分間待たされるよりも、10分後のコールバックを望んでいる」という調査結果もある。コンタクトセンターへのコールが集中しあふれ呼が発生した際に、電話網もしくは PBX からコールを自動転送することで、コールバックの予約を受け付ける仕組みだ。受け付けた予約に基づきコールバックを実施することで、受付系業務であれば、受付数を飛躍的に向上させたり、販売系業務であれば販売機会の損失を防いだりすることができる。

その代表的なソリューションとして、2008年12月より、NTT データが提供を開始しているのが、「i-lligra (アイリグラ) オンデマンド コールバック予約サービス」だ。i-lligra オンデマンド コールバック予約サービスは、企業のコンタクトセンター基盤への投資を大幅に軽減する SaaS 型のコンタクトセンターサービス。SaaS 型での提供により、企業側ではシステム設備を構築することなく、短期間・低コストでサービスを導入することが可能になる。また、コ

インタクトセンターの運用時間外となる夜間帯の対応や、各種予約の受付サービスなど、コールバック業務の支援だけでなくさまざまなシーンで利用することができる。i-lligra オンデマンド コールバック予約サービスでは、コールバック予約を無尽蔵に受け付けないように、センターの稼働率やコミュニケーター一々の状況に合わせて予約可能枠を自由に設定できるのが特徴だ。それによって、コミュニケーターの稼働率が平準化され運営コスト全体の最適化が図れる。

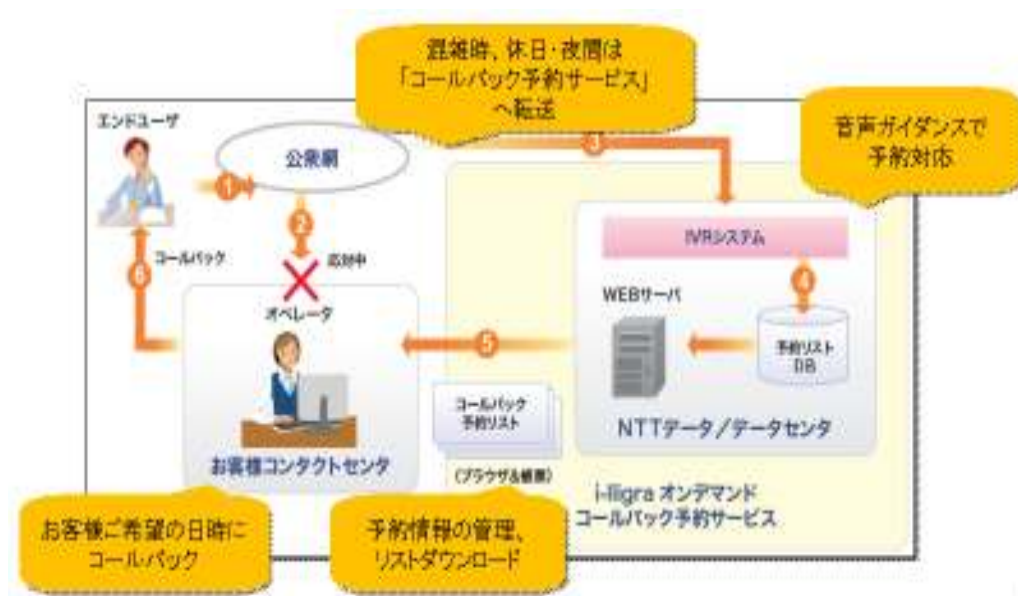


図 5-1 i-lligra オンデマンド コールバック予約サービス

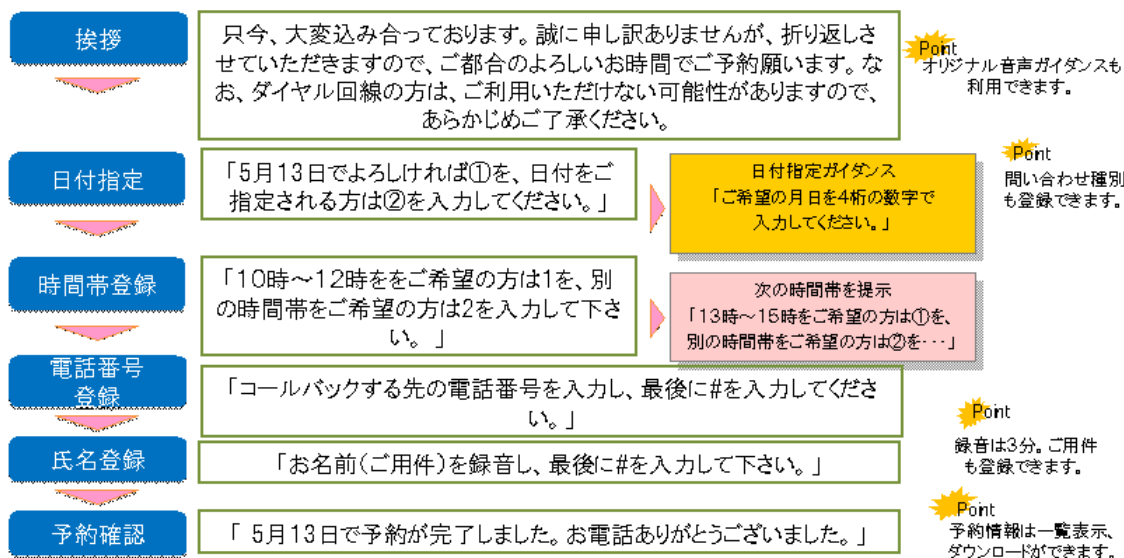


図 5-2 i-lligra オンデマンド コールバック予約サービスのガイダンスフローの例

## 6. IVR 活用②キャンペーン情報案内

IVR は、あらかじめ対応方法が明確になっているキャンペーン情報案内にも活用されている。キャンペーン情報案内の他にも、商品案内や資料請求の応答や、求人募集、懸賞などの応募対応にも活用されている。

ひと昔前までは、「電話は人が受けるもの」というイメージがあり、発信者に失礼を与えないためへの配慮から、IVR を使用する企業は少ない状況であった。しかし現在では、高い利便性への理解や、携帯電話の普及による電話の利用形態の変化等に伴い、IVR を使用する企業も増え、発信者にも違和感なく受け入れられている。

このように IVR の導入は、コンタクトセンター業務の効率化につながるが、導入検討段階においては、顧客の反応やその導入効果の程度もわからないため、初期投資を抑えて開始したいなどの要望があった。また、通常、IVR のガイドフローや音声などを変更するためには、その都度各 CTI 機器ベンダーに依頼することになり、時間も手間もかかっていた。

NTT データが提供する「i-lligra オンデマンド」シリーズの第3弾「i-lligra オンデマンド IVR サービス」は、顧客からの電話に対し、自動音声で応答するサービスを SaaS 型で提供し、これらの課題を解決するソリューションだ。

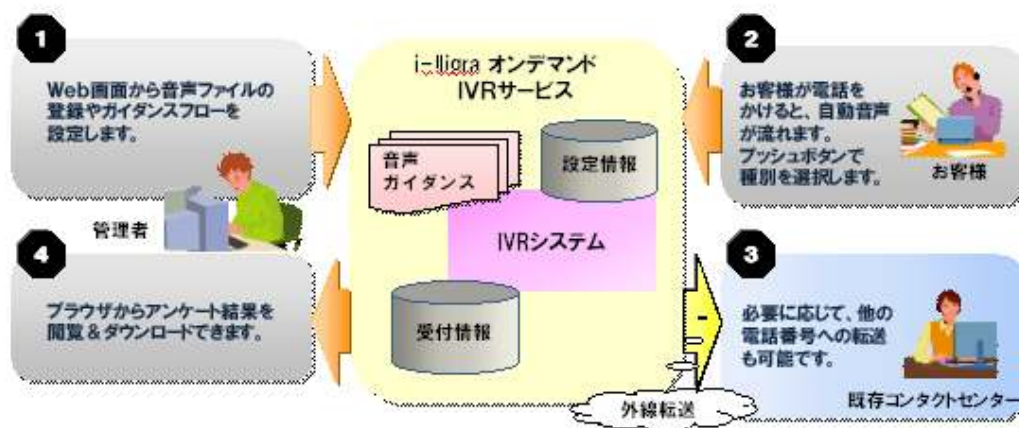


図 6-1 i-lligra オンデマンド IVR サービス

i-lligra オンデマンド IVR サービスには、次のような特長がある。

- ①SaaS 型ソリューションのため、機器などへの初期投資が不要。
- ②「i-lligra オンデマンド」シリーズの特長である、使いやすさにこだわったユーザーインターフェースにより IVR のガイダンスフローや音声などを柔軟に設定変更することができる。
- ③プッシュボタンを利用した分岐フローにより、簡単な質問から複雑な質問まで、それぞれのフローを簡単な操作で作成することが可能。
- ④転送機能を搭載しているため、自動音声にて顧客の要件を確定した後、コンタクトセンターのコミュニケーターへ転送し、対応するといった既存コンタクトセンターの一次振り分け機能として利用することが可能。



図 6-2 i-lligra オンデマンド IVR サービスの IVR フロー設定例

## 7. IVR 活用③顧客満足度調査

コンタクトセンターでのコミュニケーターの応対品質をチェックし、顧客満足度調査を行う方法には、テレマエージェンシーや専門の調査会社に依頼して、年に1～2回程度調査を行うケースが多い。

調査方法には、コミュニケーターの顧客との応対を録音したものを預けるテープチェックや、調査員が顧客になりすまして電話をするミステリーコール、顧客に対して調査票を郵送したり、Eメールで送り、それに回答してもらうなどの方法が一般的にとられていた。

しかし、これらの方法には、次のような課題もある。

- ①調査実施から報告書作成まで、3週間から1カ月半くらいかかるため、正確な状況が把握しにくい。
- ②調査員によるミステリーコールでの調査だとわかると、コミュニケーターはそれを意識した応対をしてしまい、公平な評価にならない。
- ③毎回それなりの調査費用がかかってしまう。

これらの課題を解消するのに注目を集めているのが、IVRを活用した顧客満足度調査だ。NTT データが提供する「i-lligra オンデマンド IVR サービス」を活用すれば、リアルタイムにしかも容易に顧客満足度調査を行える。

コンタクトセンターでのコミュニケーターの応対直後に、i-lligra オンデマンド IVR サービスへ転送することで、自動音声で顧客に今のコミュニケーターの電話応対に関して簡単なアンケートに回答してもらう。

コミュニケーターは、顧客との会話終了時に、アンケートへの協力を依頼する。承諾を得た後、i-lligra オンデマンド IVR サービスに転送し、顧客はあらかじめ設定した質問をプッシュで回答、もしくはフリーアンサーであれば音声録音をしてもらう。

受け付けた回答は集計され、リアルタイムに Web で確認することができる。従来の調査では、顧客の満足度向上につながっているかを確認するのに多くの手間と時間がかかっていたが、i-lligra オンデマンド IVR サービスを活用すれば、顧客の生の声を収集することができる。また、コミュニケーターにとっ



でも「アンケートに協力していただくお客様」という認識で対応することで、これまで以上に丁寧な対応を心がけるようになり、顧客満足度の向上にもつながる効果が期待できる。

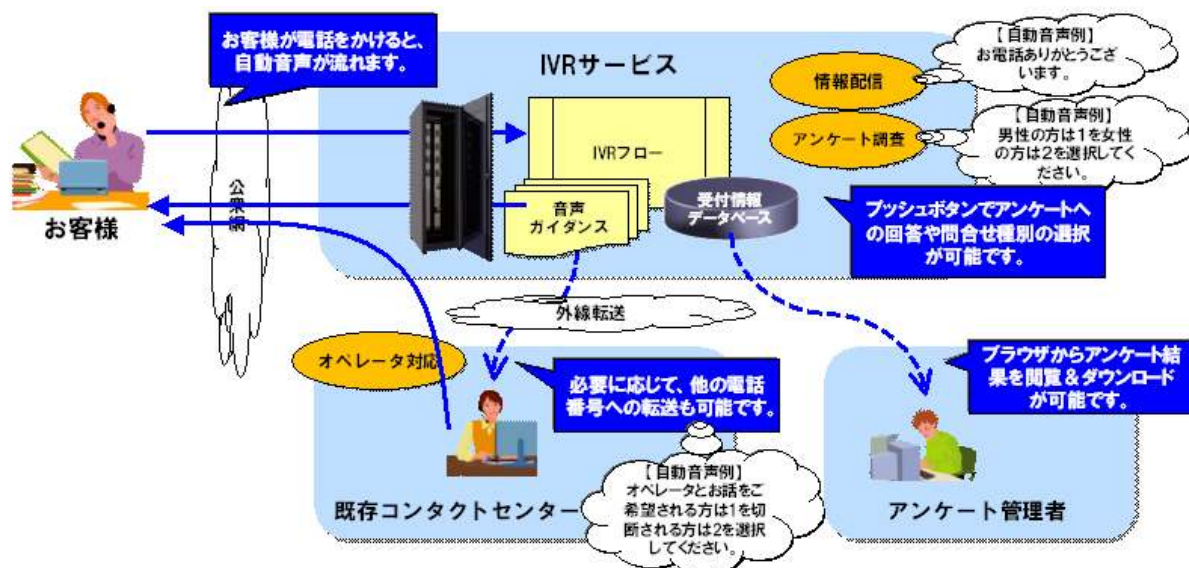


図 7-1 i-lligra オンデマンド IVR サービスによる顧客満足度調査

i-lligra オンデマンド IVR サービスを活用した顧客満足度調査には、次のようなメリットがある。

- ①告知を行わなくても、電話から顧客の声を手軽に収集することができる。
- ②自動応答での受け付けなので、精度の高い率直な意見が収集できる。
- ③インターネットでのアンケート収集よりも、コミュニケーターの誘導による申し込みとなるので、より多くの回答数が見込める。
- ④顧客のプッシュ操作による回答をリアルタイムに集計できる。
- ⑤応対評価などをチェックすることで、コミュニケーターの意識向上が顧客満足度につながり、さらに社内のモチベーションアップにつながる。
- ⑥コミュニケーターの電話転送による操作で運用できるため、大掛かりなシステム変更などは必要ない。

## 8. IVR 活用④自動音声アウトバウンド

コンタクトセンターから情報を提供するアウトバウンド業務は、従来人手によって1つずつコールを実施し、情報配信や電話調査を行っていた。必要なときに必要なだけ、機動的にアウトバウンドを行いたいが、人手のコールは、コスト高であり時間もかかってしまう。郵便（DM など）は、配送の時間がかかり開封の確認ができない。Eメールは、情報の到達速度は速いが、大量の情報に埋もれてしまう。こういったニーズに応えるソリューションとして、NTT データが提供しているのが、「i-lligra オンデマンド 自動音声アウトバウンドサービス」だ。



図8-1 i-lligra オンデマンド 自動音声アウトバウンドサービス

i-lligra オンデマンド 自動音声アウトバウンドサービスは、NTT データの保有する大規模テレフォニー基盤を活用し、世論調査の際に多く用いられる電話調査や、会員向サービスとしてのキャンペーン活動およびプロモーション活動、リコールや緊急通達が発生した際の情報伝達手段として、一斉配信を実現するサービス。必要なときに必要なだけ利用できるテレフォニー基盤を実現した。また、準備に必要となる期間やコストをできるだけ削減できるよう、工夫を凝らしたアプリケーションが使用できる。このアプリケーションを使用して、自分自身で設定・変更作業が容易に実施できるため、これまで専門業者とのやりとりが必要であった部分を短縮化、本来の業務の速効性を実現した。

## (1) 電話調査

事前に録音した音声を使い、顧客リストに自動発信する“オートリサーチサービス”。電話調査や各種リサーチの際、人手を介することなく短時間で多くの情報収集を実現する。コミュニケーターによるワン・ツー・ワンの電話調査では本音を話しづらい内容や、単純な質問だけで構成される調査の際に自動音声アウトバウンドサービスを用いることで、正確な情報を低コストで実施できる。

自動音声アウトバウンドサービスは、事前に準備した音声と情報収集に最適なタイミングにスケジュールされたオートコールにより、多くの情報を短期間に収集可能だ。特に、選択回答などのシンプルな回答を求める調査では、電話というツールを用いることで、よりスピーディーかつ大規模な調査を実施することができる。また、システムの調査であるため、オペレーションミスがなく、正確な情報を収集することが可能。

## (2) キャンペーン告知

会員向けの限定キャンペーン情報や、新商品、新サービスを、即時に伝えたいというニーズに対応できる。これまでもサービスの一環として、または休眠顧客開拓、購買促進のために、メールやFAX、ダイレクトメールなどさまざまな手法を用いてのキャンペーン活動が実現されてきた。そして、その手段として、年齢や性別、ITスキルなどの制約なく、広く告知活動を実施できるツールが実現、自動音声アウトバウンドサービスがキャンペーン告知活動に効力を発揮する。

NTT データが提供する自動音声アウトバウンドサービスは、数百回線の大規模テレフォニー基盤を用いることで、大量の顧客リストをスピーディーに発信・告知することが可能。また、キャンペーン対象となる顧客種別や年齢層など、セグメント毎に最適なスクリプトを担当者自身で設定できたり、スケジュール発信機能で、最適なタイミングに告知するなど、多くの工夫を凝らしてい

るため、単に大量の発信機能を実現するだけでなく、情報を確実に会員のもとへ送ることができる。

### (3) リコール情報告知

あつてはならないが、起こってしまうリコール。それは、いつどこで発生するか予測できない。そして、その情報をスピーディーかつ正確に顧客へ伝えなければ、企業の信用にも影響する。

NTT データの自動音声アウトバウンドサービスは、担当者自身での音声の登録や自由なフロー設計、収集情報の設定などを可能にすることで、緊急時に最も利用率の高い電話というツールを活用し、顧客へのスピーディーな情報伝達を実現する。

リコールが発生した際、企業がいち早く知りたいと感じるのは、リコール対象商品を誰が保有し、総数がどれほどの規模になるのかといったテーマではないだろうか。購入後、未使用なのか使用后なのか、その商品が手元にあるのか否か。その確認には多くの手間とコストがかかる。そうしたリコールに迅速に対応するため、リコール対象の商品を購入した（購入したであろう）顧客リストと、通知情報のスクリプトを準備・設定すれば、すぐに自動音声アウトバウンドサービスを利用することが可能だ。また、リコール内容を告知するだけでなく、顧客のプッシュボタン操作により状況の回収収集も実現できる。

## 9. i-lligra(アイリグラ)オンデマンドの特徴と製品体系

NTT データが提供する SaaS 型コンタクトセンターソリューション「i-lligra オンデマンド」シリーズは、初期設備投資が不要で、短期間、低コストで導入でき、簡易なシステム設定、という3つの大きな特長に加え、使いやすさにこだわった利用者にやさしいユーザーインターフェースを提供することにより、企業のさまざまなニーズに対応することが可能だ。

i-lligra オンデマンドには、電話が集中した場合に折り返し電話の予約を受け付けることであふれ呼対策に強みを発揮する「コールバック予約サービス」、電話による情報配信や調査など大容量回線を利用して、情報を一斉配信する際に強みを発揮する「自動音声アウトバウンドサービス」、それに今年7月に提供を開始したお客様からの電話に対し自動音声で応答する「IVR サービス」の3種類のサービスがある。

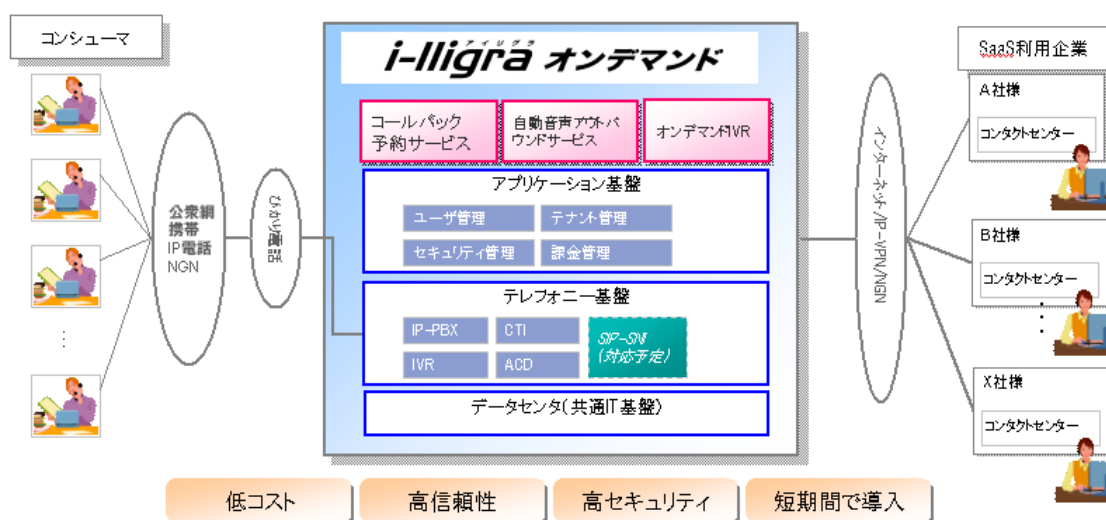


図9-1 i-lligra オンデマンドシリーズの構成

i-lligra オンデマンドは、高いセキュリティと高機能な設備を保有するNTTデータの共通IT基盤にテレフォニー基盤を用意し、NTTデータがこれまで培ってきたコンタクトセンターのノウハウを集約・活用したサービスをSaaS型で提供するサービス。本サービスを利用することにより、コンタクトセンター運用に必要不可欠な投資の軽減と、企業にとっての差別化要素となる戦略領域への投資シフトを実現する。

### **(1) テレフォニー基盤設備が不要**

本サービスでは NTT データが独自開発したテレフォニー基盤を活用しており、柔軟に設備拡張が可能。NTT データがテレフォニー基盤設備を保有することで、利用企業はクライアント端末とインターネット接続環境だけで SaaS 型サービスとして利用できる。また、導入企業の既存のコンタクトセンター設備と併用して利用することも可能だ。

### **(2) 短期間、低コストでの導入が可能**

サービスへの申し込みから、最短 5 営業日で利用を開始することが可能。また、従来のような設備を用意する必要もないため、多くのコストをかけずに導入できる。

### **(3) 安全・信頼性を確保**

i-lligra オンデマンド コールバック予約サービスは、安全や信頼性に係る情報開示を適切に実施しているとして、総務省が推進し、財団法人マルチメディア振興センターが運営する「ASP・SaaS 安全・信頼性に係る情報開示認定制度」の認定を取得している。

## 10. おわりに

コンタクトセンターでの IVR の導入は、長い間、顧客満足度の低下を招くという理由やコールフローの設定に柔軟性がないといった理由で導入に消極的で、コミュニケーターが直接対応しているセンターも多かった。しかし、今では、コールフローの見直しなどを行ったり、SaaS 型で手軽に導入やコールフローの変更が行えるようになり、IVR で完結できる業務や生産性向上のためになくてはならないソリューションになりつつある。

IVR は、目的別や商品別など担当者へ呼の振り分けを行う以外にも、本レポートで見てきたようなコンタクトセンターのさまざまなシーンで活用されるようになってきた。

本レポートで紹介した IVR 活用ソリューションが、皆様のコンタクトセンター運営の少しでも参考になれば幸いである。

### **本レポートに関する問い合わせ先**

株式会社 CCM 総合研究所

TEL:03-4530-3939    FAX:03-3866-1797

Eメール:contact@ccm-soken.com