

WEBサイトでお客さまの疑問にチャットでお応え ボタンクリック1つで即時に会話がスタート 電車の中でも問い合わせ可能に

第一生命保険株式会社(代表取締役社長:渡邊 光一郎、以下「第一生命」とキヤノンマーケティングジャパン株式会社(社長:坂田 正弘、以下「キヤノンMJ」)は WEB サイト上でチャット形式によりお客さまとコミュニケーションを取れる「リアルタイムチャットサービス」を大手生命保険会社で初めて構築しました。本サービスは、第一生命ホームページに導入し、11月1日よりコンタクトセンターにて本格的に受付を開始します(※)。

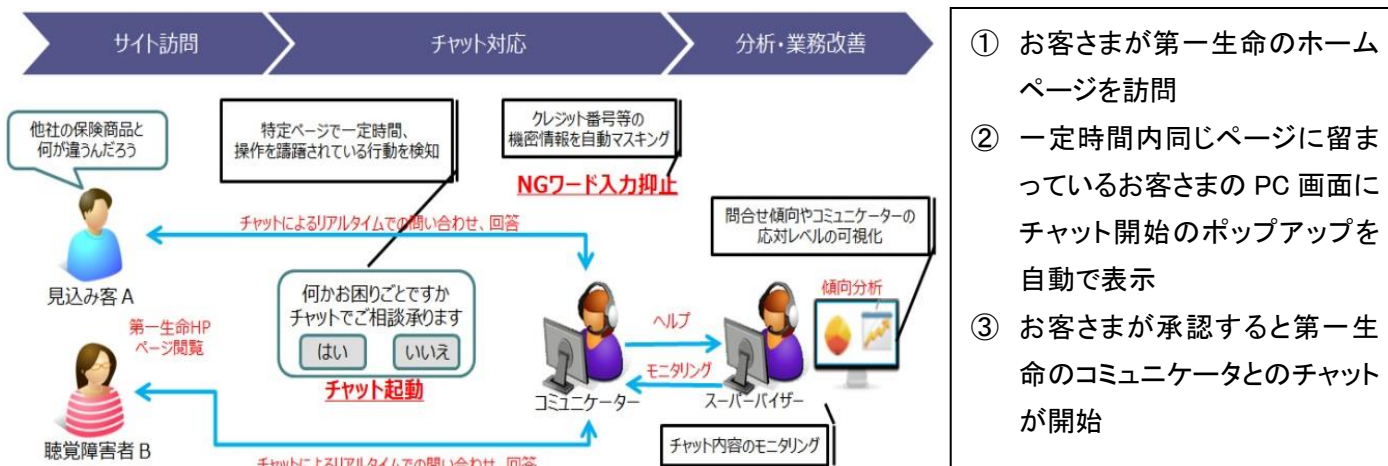
生命保険会社には多岐にわたる商品やお手続きがあることから、非対面チャネルのコールセンターなどの対応では専門的な知識が求められます。今回、キヤノン MJ の販売会社としてのノウハウを活用した「リアルタイムチャットサービス」の導入により、電話でのお問い合わせに比べて、ボタンクリック1つで即時に会話ができるようになるほか、場所を選ばずにお問い合わせが出来るようになるといった効果が見込めます。また、チャット対応記録の分析を通じて、将来的に知識や経験によらない均一的なサービスの提供が可能となります。今後、本サービスはご加入の商品に関するお手続きページなどにも展開を予定しており、非対面チャネルでのコミュニケーションの品質向上を更に進めていきます。

一方、キヤノン MJ はカスタマーセンターを中心に本サービスを展開し、今後はさまざまなコンタクトチャネルの顧客情報や履歴をSFA(営業支援)やCRM(顧客管理)と連携し、ONEtoONE マーケティングを実現するデジタルマーケティングソリューションを展開していきます。

※パソコンからのお問い合わせに加え、スマートフォンからでも「リアルタイムチャットサービス」を利用できるようになります。

リアルタイムチャットサービスのしくみ

本サービスは「Salesforce Service Cloud」を活用し、サポートが必要なお客さまをポップアップ画面で誘導します。



1. リアルタイムチャットサービスの導入方法

◆サービス開始時期

2016年11月1日(火)より開始(※)。

※パソコンからのお問い合わせに加え、スマートフォンからでも利用できるようになります。

◆導入ページ

第一生命ホームページ「資料のご請求ページ」

(トップページ < 保険をお考えのお客さま < 資料請求)

導入ページは順次拡大予定。

<チャット開始のポップアップイメージ>



2. リアルタイムチャットサービスの導入によるお客さまの主なメリット

① クリック1つで会話がスタートし、利便性が向上

第一生命コンタクトセンターでは、多岐に渡る商品や加入手続きに関するお問い合わせを受けるため、一般的なお問い合わせには平均9分程度の時間を要します。

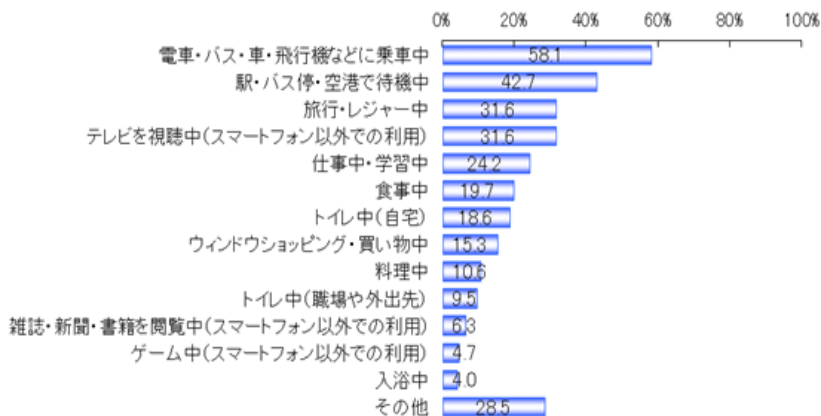
「リアルタイムチャットサービス」では、「チャットで相談する」ボタンをクリックすると、即時にオペレーターとの会話がスタートするため、電話をかける手間がなくスムーズにお問い合わせが出来るようになります。また、チャット形式のため、他の作業を行いながらお問い合わせを行うことが可能となります。今後、本サービスは、ご加入の商品に関するお手続きページなどにも展開を予定しています。

② 場所を選ばずにお問い合わせが可能

ICT 技術の進化やスマートフォンの普及に伴い、移動中や空き時間にメールやインターネットを利用できる環境が整っています。

コンタクトセンターにチャット形式の対応サービスを導入することで、通勤時間などを活用してスマートフォンなどから気軽にお問い合わせが出来るようになります。特に、スマートフォンの保有率が8割を超える、働き世代の20~40代での利用ニーズが高いことが見込まれます¹。

スマートフォンを利用するシーンについて(n=1,000)複数選択 単位:%



(出典) 楽天リサーチ調べ(2014年6月)「スマートフォン利用に関する調査」より引用
<https://research.rakuten.co.jp/report/20140627/>

③ 聴覚障害者の方でもタイムリーなコミュニケーションが可能

聴覚障害をお持ちの方は、主にメールでのお問い合わせをご利用されますが、タイムラグが生じて即時にコミュニケーションをとることが難しいという課題がありました。チャット形式によるコミュニケーションを導入することで、聴覚障害をお持ちの方でもリアルタイムにお問い合わせにお応えすることが出来ます。

¹ (出展) 総務省 平成26年通信利用動向調査(世帯編)より

3. リアルタイムチャットサービスを導入するコンタクトセンターの主なメリット

① 問い合わせの傾向や対応方法の可視化で、経験や知識によらず高い品質の対応を実現

第一生命コンタクトセンターでは、多岐に渡る商品や加入手続きに関するお問い合わせを受けるため、対応にも一定の知識と経験が求められます。このため、対応履歴をテキスト形式で蓄積できる「リアルタイムチャットサービス」を導入することで、過去のやり取りの分析結果をもとに、問い合わせに応じた適切な回答をオペレーターに提示できるようになるなど、品質の高いサービスを安定的に提供できる仕組みづくりが可能となります。

② 同時に複数のお客さまの対応が可能のため、生産性が向上

「リアルタイムチャットサービス」では、1人のオペレーターにつき、最大5人の同時対応が可能となります。並行して複数のお問い合わせに対応できるため、生産性の向上が見込めます。

③ WEB 上での資料請求数向上等に貢献

資料請求ページに「リアルタイムチャットサービス」を導入することで、保険のご加入を検討しているお客さまを、オペレーターがリアルタイムでサポートすることが出来るようになります。お客さまにとってもタイムリーな疑問解決に繋がり、WEB ページからの資料請求数の向上等が見込めます。

4. キヤノン MJ のノウハウについて

キヤノン MJ グループは、「Salesforce」のトップリセラーであり、自社でもプロカメラマンの会員専用ポータルや申請システムの構築などに活用しており、認定技術者約 60 名、認定セールス 230 名の体制でお客さまの営業活動を支援するシステムを構築しています。

今後は、「Salesforce」の SFA(営業支援)や CRM(顧客管理)を活用して対面だけでなく本サービスを含む非対面チャネルの顧客情報や商談情報を一元管理し、分析、可視化することで、営業活動の効率化を実現するデジタルマーケティングソリューションを展開します。例えば、WEB サイトの閲覧履歴から顧客の関心事を分析しお客さま情報と紐付けすることで、顧客の関心のあるコンテンツやメールを個別に自動配信することができます。また、担当営業は顧客の対応内容や要望事項などの情報がスピーディに共有できるため、最適な提案やアプローチにより顧客の困り込みを実現します。

■ エンドースメント

株式会社セールスフォース・ドットコム 常務執行役員 アライアンス本部 本部長 手島 主税 様

キヤノンマーケティングジャパンは Salesforce の販売、導入支援、導入後サポートにおいて豊富な実績を有し、クラウドコンピューティングサービスにおけるお客さまニーズを熟知されているパートナーです。お客さまからのお問い合わせチャネルは多様化の一途をたどっております。本サービスでご利用頂いている「Salesforce Service Cloud」は従来型チャネルに加え、新しい顧客層が活用するリアルタイムチャットなどの新チャネルにも対応しています。また従来型チャネルも含めた全てのチャネルとナレッジを一元管理する事により、対応品質の向上、お客さま満足度の向上を実現します。両社の取り組みは、非対面チャネルの活用を進める事により、新しい顧客層の顧客満足度を高める重要なものとして位置づけられると確信しています。