

Oracle CRM導入事例



株式会社CSKコミュニケーションズ



ORACLE®

Oracle CRMをベースに

サポート基盤を革新

総合的なeコンタクトセンタの

実現を目指す

Oracle CRM 導入事例

株式会社CSKコミュニケーションズ



沖縄に拠点を構えるコールセンタとして急成長を続けている株式会社CSKコミュニケーションズ。ここではOracle CRMを利用した、最先端のCRMシステムの利用が始まっている。2001年7月に本格稼働を開始し、リソース管理やタスク管理、サービス契約管理、インバウンドコールセンタ等の業務が動き出しているのだ。このシステムのプラットフォームとしてはhpのサーバ製品を採用。製品の信頼性はもちろんのこと、Oracle CRMに関する豊富なノウハウや充実したサポートも高く評価されている。現在はwebセルフサービスをサポートするフェーズ2の構築が進められており、最終フェーズではwebコラボレーションも実現する予定。コールセンタから総合的なコンタクトセンタへの革新が、急ピッチで進められている。

設立以来急成長を続ける

IT産業向けに特化したコールセンタ

「マルチメディアアイランド構想」を掲げ、情報通信産業の集積や人材育成、研究開発の促進を積極的に行っている沖縄県。ここを拠点にIT産業に特化したコールセンタビジネスを展開しているのが、CSKコミュニケーションズである。同社は1998年に株式会社CSKコールセンター沖縄として設立され、外資系ソフトウェアメーカーのOSやアプリケーションソフトに関するテクニカルサポートサービスからビジネスをスタート。その後、沖縄県からのコールセンタに関するコンサルティングの受託、国内コンピュータメーカーのPCに関するテクニカルサポートサービス、インターネット接続や通信機器に関するテクニカルサポート等、その活動領域を拡大してきた。売上高は2001年3月期に10億円を突破。2002年にはその2倍の20億円になると見込まれている。

その最大の特長は、高度な専門スキルを備えた技術者を数多く抱えていることである。2001年6月の時点で在籍している社員は232名だが、MCP(Microsoft Certified

Professional)やOracle Master, CCNP(Cisco Certified Network Professional)等の有資格者は180名に達している。これは他のコールセンタはおろか、システムインテグレータすら凌ぐ数字だといえるだろう。極めて高い専門性を有するスタッフによって、ITに特化した高度なサポートサービスを提供できること。これが同社の最大の強みなのだ。

「マーケット全体のサイズが見えないのははっきりとは言えませんが、テクニカルサポートに特化したコールセンタとしては業界でも上位に位置するのではないのでしょうか」というのは、CSKコミュニケーションズの代表取締役を務める川本氏だ。「設立が1998年なので、コールセンタとしての参入は遅かったといえます。しかしテクニカルに特化した付加価値をご提供することで、急成長を遂げることができました。3年後には1000人体制にしたいと考えています」

そのCSKコミュニケーションズが現在取り組んでいるのが、CRM基盤の確立である。その目的は、守りのコールセンタから攻めのコンタクトセンタへの変革だ。従来のコールセンタはインバウンド型(顧客からの電話を受けるコー

株式会社CSKコミュニケーションズ

所在地 / 沖縄県那覇市壺川245-3

沖縄メディアモール3階

代表取締役社長 / 川本 久敏

資本金 / 2億5065万円(2001年6月現在)

従業員数 / 232名(2001年6月現在)

設立 / 1998年(平成10年)

事業概要 / テクニカルサポートサービス、

コンサルティング、エデュケーション



株式会社CSKコミュニケーションズ
代表取締役社長 川本 久敏 氏



株式会社CSK eソリューション推進本部
eコンサルティング部 部長 秋葉 育史 氏

ルセンタ)が主体で、業務内容もアフターサポート中心だった。これにwebや電子メール等の複数のコンタクトチャンネルを通じたアウトバウンド型を融合させることで、商品を販売する前の“プレサポート”までをカバーすることが目指されているのである。

CRM基盤としてOracle CRMを採用 短期開発と拡張性の確保が可能に

CRMシステム構築の構想が始まったのは2000年夏。CRMパッケージとしてOracle CRMを利用することを前提に、システム設計が進められていった。同年11月には導入チームのトレーニングが開始され、2001年2月には導入ステップやスケジュール等を決定。3月から本格的な導入プロジェクトがスタートした。

Oracle CRMの採用が前提になった理由を、

この導入プロジェクトを担当した株式会社CSK eコンサルティング部の秋葉部長は「Oracleはデータベースのグローバル・スタンダードだから」と説明する。「CRMシステムは単独で動けばいいというものではなく、他の多様なシステムと連携しなければその真価を発揮できません。顧客情報やコンタクト履歴などをOracleデータベースに格納しておけば、これを容易に実現できるのです」

もちろんOracle CRMの採用理由はそれだけではない。CRMパッケージとしての機能面も高く評価されている。今回のプロジェクトに参加した株式会社CSKコミュニケーションシステム事業本部の武田主務によれば、パッケージとしての魅力は大きく3点あるという。まず第1はインターネットに100%対応していること。第2は優れた顧客管理のデータモデル。そして第3は基本的なビジネスプロセスが最初から組み込まれている点だ。「一般的な業務フローであれば、すでに用意された機能を組み合わせるだけでシステムが完成します。そのため開発期間を大幅に短縮でき、後で業務内容を変更することも簡単に行えます」

システム構築は大きく3つのフェーズで進められている。まず最初に既存のコールセンタ業務をサポートする第1フェーズの本番稼働を2001年7月にスタート。サービス電話受付やサービスリクエスト管理、契約管理等がOracle CRM上で実現された。第2フェーズではナレッジ・データベースと連携したサポートホームページを立ち上げ、顧客自身によるホームペー

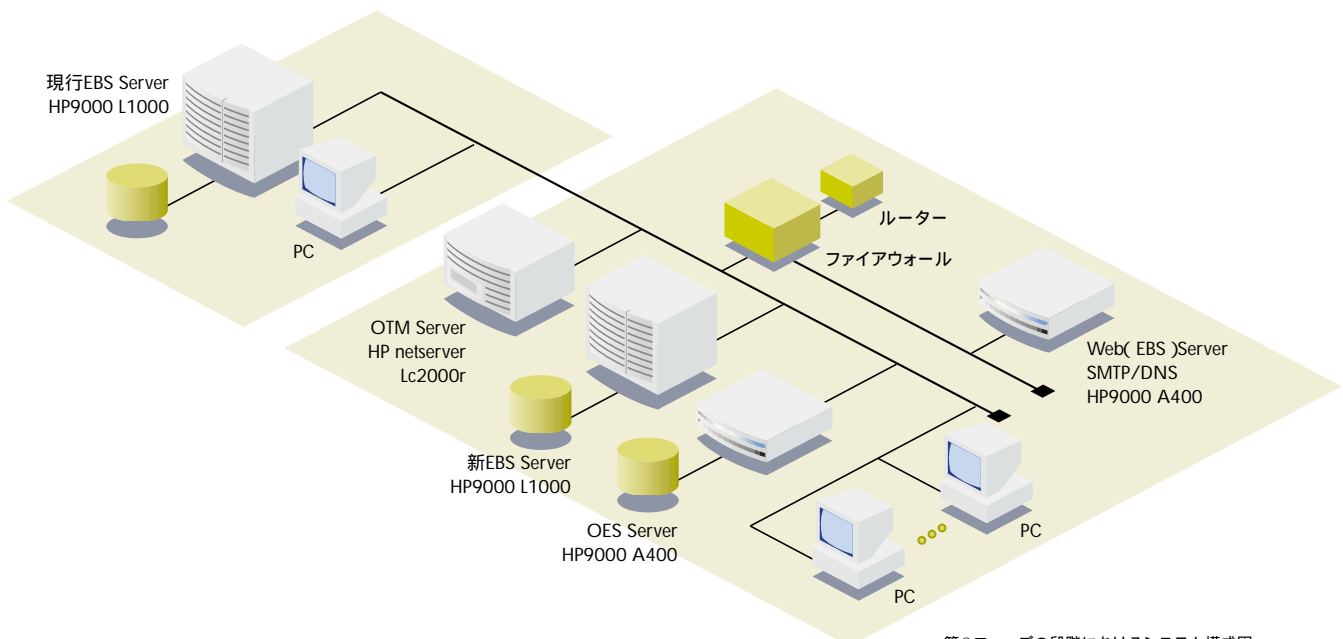
ジ上での問題解決や電子メールによる自動回答が可能な“eコンタクトセンタ化”が実現される予定。このフェーズは現在構築が進められている段階で、2002年1月から本番稼働に入る計画だ。そして最終フェーズでは電子メールやチャット、VoIPと連携したwebコラボレーション機能や、スクリプティングによるアンケート実施、プロモーション活動や資料送付業務の高度化・効率化が実現される予定になっている。

Oracle CRMの特長を最大限に引き出すため、今回の導入プロジェクトではパッケージのカスタマイズやアドオン設計は極限まで抑えられている。これによって短期導入と拡張性の確保に成功。第1フェーズの導入期間は、業務分析を含めてわずか4ヶ月で完了しているのだ。



株式会社CSK
コミュニケーションシステム事業本部
コミュニケーションシステム第一事業部
第二技術部 主務 武田 満 氏

Oracle CRMシステム構成図



第2フェーズの段階におけるシステム構成図。
プラットフォームとなるサーバ群にはHP製品が採用されている。

ベンダとしての信頼感を評価し プラットフォームはhpを選択

現在構築中のシステム構成は図に示すとおり。第1フェーズ用のサーバとしてはHP 9000 Lクラス、第2フェーズ用のサーバとしてはHP 9000 AクラスとLクラス、HP Netserverが利用されている。

これらのプラットフォーム製品群の選択に関しては、複数ベンダのものが比較検討された。最終的にHP製品が選択されたのは大きく2つの理由がある。

ひとつはHPIにOracle CRMに関する豊富なノウハウがあったこと。実はHP自身もワールドワイドでOracle CRMを活用しているユーザなのだ。またHPはオラクルとグローバルアライアンスを結んでおり、コンピテンスセンタの共同運営なども行っている。今回のプロジェクトに対して、コンピテンスセンタにおける専任技術者の割り当てや、Oracle CRMの専門家に対するダイレクト・サポート等、強力なサポート体制が提供されている。「開発現場としてはベンダのサポート体制こそが最も重要」と秋葉部長はいう。「HPはベンダ自身がダイレクト・サポートを行ってくれました。しかも対応スピードも極めて速い。これらは安心感や信頼感を高める最大の要因だといえます」

もうひとつは製品そのものの信頼性が高いこと。今回のシステムではサーバをクラスタ構成にしていなかったが、十分に高い可用性が実現されているという。このようなシステム構成が可能なのは、HPのサーバ製品はサーバ単体の可用性を高めるために、様々なテクノロジーが投入されているからだ。CSKオフィスにもテスト用にHP 9000が導入されているが、ダウンしたことは一度もないという。

コストセンタからプロフィットセンタへ コールセンタの役割は大きく変わる

「新しいCRM基盤によって、コールセンタ業務は根本から変わっていくはず」と川本社長。「これまでは電話とFAXが主な顧客チャネルでしたが、これからはこれらにwebや電子メールが加わります。もちろん今までもwebや電子メールは利用されていましたが、その利用方法はこれまでとは全く異なるものになるでしょう」

以前のwebの利用方法は、企業からの一方的な情報発信に過ぎなかった。しかしOracle CRMによって、これが双方向かつインテリジェントなものになるという。

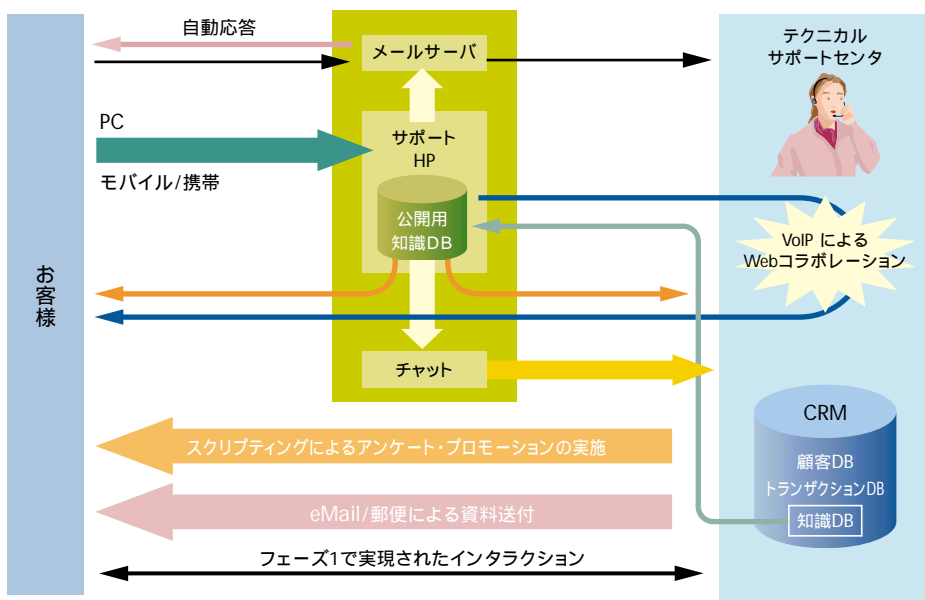
例えば顧客が購入したPCに何らかの問題が発生したとしよう。これまでであれば、この顧客

はコールセンタに電話をかけ、コミュニケーターと対話しながら問題の原因や対応策を探り出すことになる。しかし第2フェーズで実現されるナレッジ・データベースとサポートホームページを利用すれば、顧客自身が自ら問題を解決することも可能になる。これはコールセンタの業務効率化だけではなく、顧客の利便性を高めるのにも役立つ。問題解決のための選択肢が拡大するからだ。

また最終フェーズで実現されるアンケートやプロモーションを活用すれば、アフターサポートだけではなく販売促進も可能になる。コールセンタというと、これまではコストセンタという認識が一般的だった。しかしプレセールスまでサポートできるコンタクトセンタであれば、利益を生み出すプロフィットセンタとして位置づけることが可能になる。投資案件としての魅力も高まるはずだ。

ユーザ企業のニーズを先取りしたコンタクトセンタでなければ、これから生き残っていくことはできないと川本社長はいう。このCRMシステムはそのためのインフラであり、同社の長期的なビジネス展開において極めて重要な役割を担う存在なのである。

最終フェーズで実現されるシステム機能



株式会社CSK

〒163-0227 東京都新宿区西新宿2-6-1
新宿住友ビル28F

eソリューション推進本部 eコンサルティング部
TEL.03-5321-3127 FAX.03-5321-3126
<http://www.csk.co.jp/>

日本ヒューレット・パッカード株式会社

〒168-8585 東京都杉並区高井戸東3-29-21

資料請求とお問い合わせはカスタマー・インフォメーションセンタへ
0120-352239 (お問い合わせ窓口) 0120-081565 (カタログ請求専用)
0120-081445 (24時間受付FAX)
フリーダイヤル受付9:00 - 17:00(土・日・祭日を除く)
hp製品に関する最新情報は
<http://www.jpn.hp.com/go/computing>