



クラウド活用で顧客を“待たせない”対応が加速 ～導入後100%のコミュニケーターが満足したソリューションとは？～

ソニー銀行 株式会社	業種	金融業
	業種詳細	インターネット銀行
	導入製品	Service Cloud
	活用用途	業務データの一元管理と顧客対応業務の効率化

導入背景
<ul style="list-style-type: none"> ●情報の分散による作業負荷の増大 ●システム改修に多大な手間とコストが必要 ●顧客満足度のさらなる向上

導入効果
<ul style="list-style-type: none"> ●業務に必要な情報の一元管理を実現 ●システムの柔軟性・拡張性が向上 ●情報の収集・抽出に要する手間の軽減

顧客満足度 No.1に甘んじず、さらなる高みを目指す

2001年にインターネット銀行として開業したソニー銀行。サービスサイト「MONEYKit」を通して外貨預金や住宅ローンなど個人ニーズに対応した金融商品を次々と提供し、外部機関による顧客満足度調査ではNo.1を獲得している。

資産規模2兆円、口座数100万件を超えた同社は、次の新しい成長ステージに向けた取り組みを推進する。その1つが「顧客エンゲージメント」の強化だ。「ネッ

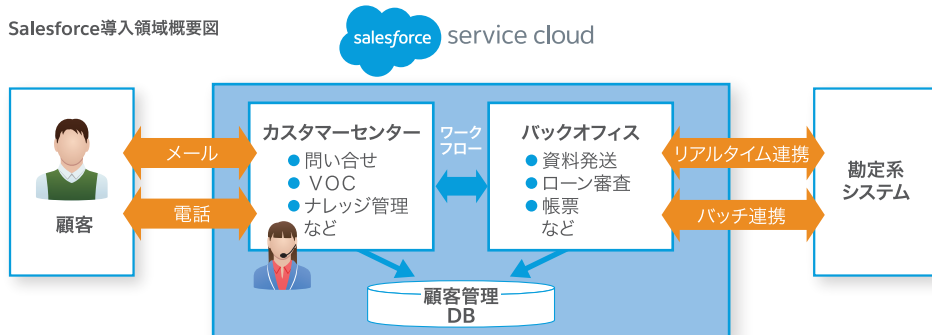
ト銀行の競争が激化する中、顧客満足度No.1に甘んじているわけにはいきません。さらなる向上を図ることが極めて重要なのです」と顧客対応業務を管理する同社の武田 和能氏は危機感を募らせる。

リアルタイムの営業店舗を持たないネット銀行の顧客対応は、メールや電話による対応がメインとなる。直に顧客と接する機会は少ないため、対応にあたるコールセンターは重要な役割を担う。

その業務プロセスを検証した結果、改善すべき課題が浮上した。それが「情報の分散」だ。顧客対応履歴は業務を支える顧客対応システムで保持しているが、契約内容や取引履歴などの情報はExcelファイルなどで別のシステムに管理していた。

顧客からの問い合わせや照会があった場合、複数システムにアクセスし、顧客情報を抽出しなければならない。「その結果、お客様を長い時間待たせてしまうこともありました。業務効率を高めるため、情報の一元化が大きな課題でした」と武田氏は振り返る。

Salesforce導入領域概要図



「導入後のアンケートでコミュニケーターが100%『満足』と回答してくれたことは、顧客エンゲージメントの向上につながります」(武田氏)

「Salesforceは金融機関に求められる厳しい基準 (FISC) をクリアし、セキュリティ面やBCPの観点からも安心して使えます。その上、機能が豊富でカスタマイズも容易に対応できました」(的場氏)

100%のコミュニケーターが『満足』と回答

課題解決のソリューションとして同社が採用したのが、セールスフォース・ドットコム[®]のクラウド型顧客エンゲージメントシステム「Service Cloud」である。

選定の決め手は、情報の一元管理が可能で顧客対応に必要な業務機能を網羅している点だ。「CTIシステムとの連携も可能なので、インバウンド/アウトバウンド業務もスムーズに行えます」と武田氏は評価する。

検討段階では、以前より金融情報システムセンター (FISC) がまとめた安全対策基準だけでなく、システム監査指針などを参考に独自のチェックリストを作成していたため、それをもとに評価を実施した。「金融機関に求められる厳しい基準をクリアし、セキュリティ面やBCPの観点からも安心して使えることも導入を強く後押ししました」と同社のシステム開発を担当する^①的場 裕信氏は述べる。

Salesforce 導入による最大のメリットは、コミュニケーターの顧客対応業務を効率化できたことだ。以前は顧客からの問い合わせに対し、その都度、複数システムに分散したデータを入手しなければならなかった。しかし、いまはSalesforce上で顧客対応履歴、契約内容、取引履歴などの情報を即座に確認できる。「担当者が情報を探す手間を大幅に削減できました。検索機能も優れており、データの中

から特定の情報を抽出することも容易に行えます。お客様を待たせる時間を短縮できました」と武田氏はメリットを語る。

システムの柔軟性・拡張性の向上も大きなメリットだ。「Salesforceは豊富な機能を実装し、カスタマイズも容易に行えます。今後の事業環境の変化に応じた機能の追加や拡充にも柔軟に対応できます」と的場氏は期待を寄せる。

新システムは顧客対応業務を担うコミュニケーターにも好評だ。「リリース直後に、複数のコミュニケーターが『非常に使いやすくなりました』とわざわざ声をかけてきました。導入後に行ったアンケート調査でも、ほぼ100%のコミュニケーターが『満足』と回答しています」と武田氏は胸を張る。

今後は新システムの有効活用を図り、顧客対応業務のさらなる効率化と顧客エンゲージメントの向上を推進していく。

その一環として“攻め”の顧客対応にも積極的に取り組む。Webサイトのユーザーの滞留時間などを調べることで、潜在的な顧客ニーズの把握に努める考えだ。さらに顧客セグメントを分析し、よりきめ細かなマーケティング活動も視野に入れる。クラウドの活用に大きな可能性を見出したソニー銀行は、今後も一歩先の視点に立ったより良い商品・サービスの提供を通じ、さらなる成長を目指す構えだ。



ソニー銀行株式会社
本店営業部 カスタマーセンター
マネージャー
武田 和能氏



ソニー銀行株式会社
システム開発部
的場 裕信氏



顧客の基本情報から対応履歴まで一覧できるService Cloudの画面イメージ