

顧客接点の強化

# コンタクトセンターにおける CRMツール活用のお悩みと 対策例

**Panasonic** パナソニック デジタル株式会社



## 目次

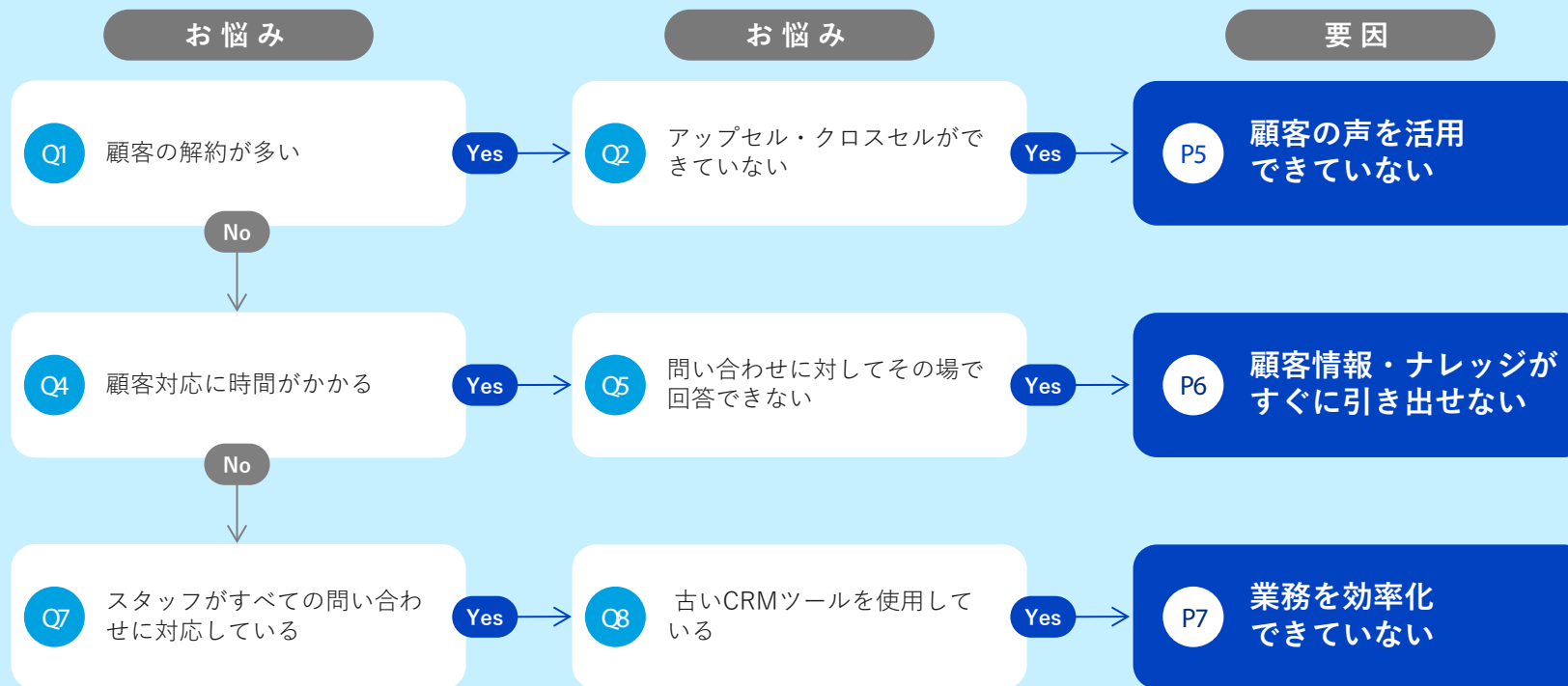
CONTACTセンターのお悩み抽出フローチャート	・・・	3
<b>1 お悩みに合わせた対策例</b>	・・・	4
要因 01   顧客への声を活用できていない	・・・	5
要因 02   顧客情報・ナレッジをすぐに引き出せない	・・・	6
要因 03   業務を効率化できていない	・・・	7
まとめ	・・・	8
<b>2 パナソニック デジタルのCRMソリューションについて</b>	・・・	9
CRMソリューション①   Salesforce（セールスフォース）	・・・	10
CRMソリューション②   eSmileCall（イースマイルコール）	・・・	11
導入事例①   パナソニック株式会社	・・・	12
導入事例②   臨床検査事業の会社	・・・	13
<b>3 企業情報</b>	・・・	14
会社概要	・・・	15
お問い合わせ	・・・	16

## 本書について

問い合わせ対応は、企業がお客さまと接点を持つ重要な機会です。直接お客さまに対応するCONTACTセンターには、日々たくさんのお問い合わせが寄せられます。なかには、このお問い合わせ対応に悩まれているというケースも……。本書では、CONTACTセンターにおけるCRMツール活用のお悩みの要因と対策例、そして、パナソニック デジタル株式会社（以下、パナソニック デジタル）のソリューションについて紹介します。

# コンタクトセンターのお悩み抽出フローチャート

貴社のコンタクトセンターにおける、現在の状態をお選びください。



# CASE

## お悩みに合わせた対策例



# 要因 01 | 顧客の声を活用できていない

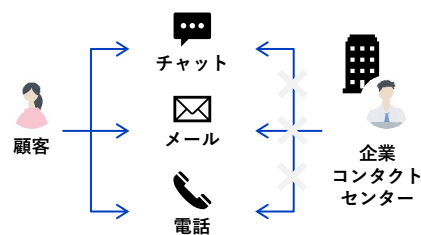
# CASE

CRMツールを導入しているのに、「顧客の解約が多い」「アップセル・クロスセルができていない」といったお悩みはありませんか？

これらの要因は、CRMツールで得た“顧客の声を活用できていない”ことが挙げられます。

## お悩み

### Q1 顧客の解約が多い



#### ユーザー心理

改善してほしいって何度も伝えて  
いるのにどうして改善されないの？  
**もうほかのサービスに  
乗り換えようかな…。**



### Q2 アップセル・クロスセルが できていない



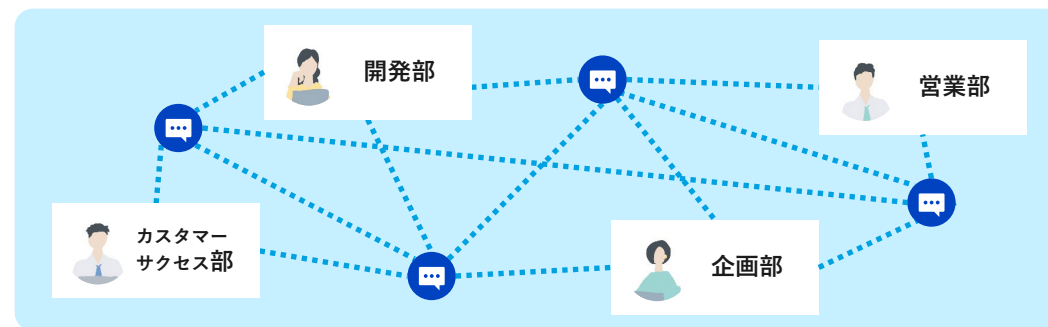
#### ユーザー心理

わたしたちの必要なものが提供  
されないならアップデートする  
理由がない。**お金のかかる  
上位プランやオプションの  
追加はいらない!**



## 解決

顧客の問い合わせ履歴や要望、解約理由などを  
社内で共有し、一元管理する。



コンタクトセンターに届いた顧客の声は、営業部や開発部などあらゆる部門間  
で連携し、共有することが重要です。

顧客の声を営業活動やサービス・商品の改善に役立てることで顧客満足度を  
高められ、将来的にLTV(※)の向上が期待できます。

※LTV (Life Time Value : 顧客生涯価値) とは、1社 (1人) の顧客が取引開始から終了までの間に企業にもたらす利益の指標のこと。

# 要因 02 | 顧客情報・ナレッジをすぐに引き出せない

# CASE

CRMツールに顧客情報・ナレッジを蓄積しているのに、「顧客対応に時間がかかる」「問い合わせの回答がその場でできない」といったお悩みはありませんか？  
これらの要因は、CRMツールから“顧客情報・ナレッジをすぐに引き出せない”ことが挙げられます。

## お悩み

### Q1 顧客対応に時間がかかる

顧客  
営業さんにメールで相談していた件ですが、どうなっていますか？

営業担当に確認しますのでお待ちいただけますでしょうか？

#### ユーザー心理

すぐに解決したいから問い合わせしているのいつも時間がかかる。

コンタクトセンターに連絡するのも疲れる…。

### Q2 問い合わせの回答がその場でできない

顧客  
〇〇について…

お調べします！

スク립トのどこに答えがあるかわからない。

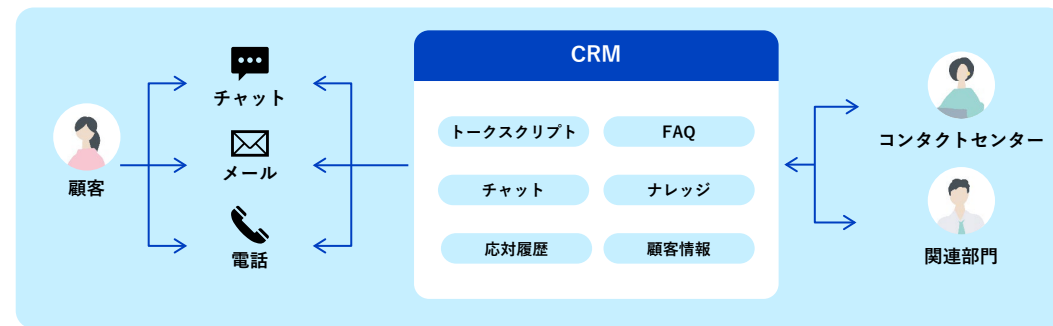
#### ユーザー心理

この企業の窓口の人は自社のこともわからないのかな？

利用していて大丈夫かな？

## 解決

顧客情報・ナレッジを一緒に確認できるようなツールを導入する。



顧客情報とナレッジを別ツールで管理していると、顧客を長時間待たせてしまい、不満につながってしまいます。

全社で共通のCRMツールを使用して情報を一元管理することで迅速な対応につながり、サービスの質向上が期待できます。

# 要因 03 | 業務を効率化できていない

# CASE

CRMツールを利用しているのに、「スタッフがすべての問い合わせに対応している」「古いCRMツールを使用している」といったお悩みはありませんか？  
これらの要因は、CRMツールを活用して“業務を効率化できていない”ことが挙げられます。

## お悩み

Q1 スタッフがすべての問い合わせに対応している



### ユーザー心理

いつ問い合わせても応答時間が長い。  
ぜんぜんつながらないから  
電話を切ろう。



Q2 古いCRMツールを使用している



### ユーザー心理

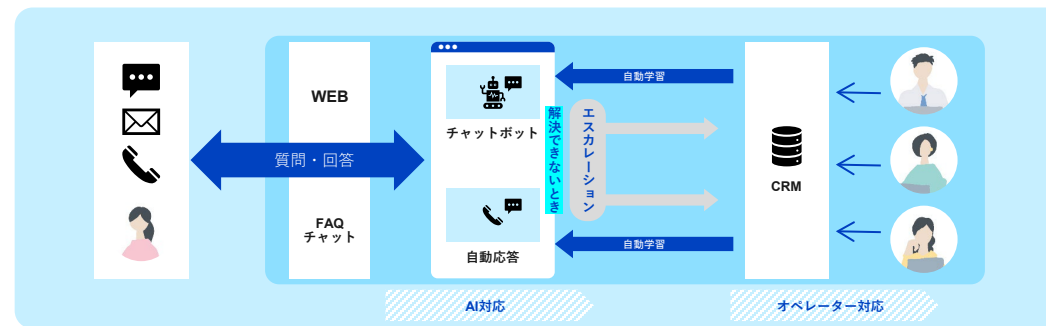
どうしてそんなに遅いの？  
急いでいるのだから早くして  
くれないかな？



## 解決

チャットボットなど、問い合わせの一次対応を自動化できるツールを導入する。

FAQを公開し、問い合わせ件数そのものを削減する。



CRMツールの機能が少なかったり、古くて使いにくかったりすると、スタッフの業務負担につながります。チャットボット（※1）や生成AI（※2）を用いた機能などが搭載されたツールであれば、業務効率化につながり、ひいては最適な人員配置で運用コストの削減も期待できます。

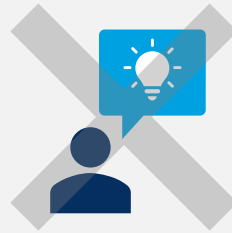
※1…チャットボットとは、『チャット』と『ロボット』を組み合わせた造語で、ユーザーの質問に対して自動的に会話を行うコンピュータ・プログラムのこと。  
※2…生成AIとは、ジェネレーティブAIとも呼ばれ、コンピュータが機械学習したデータを用いて、テキスト・画像・動画などの形でオリジナルコンテンツを生成する技術のこと。

## 要因 01



顧客の声を  
活用できていない

## 要因 02



顧客情報・ナレッジを  
すぐに引き出せない

## 要因 03



業務を  
効率化できていない

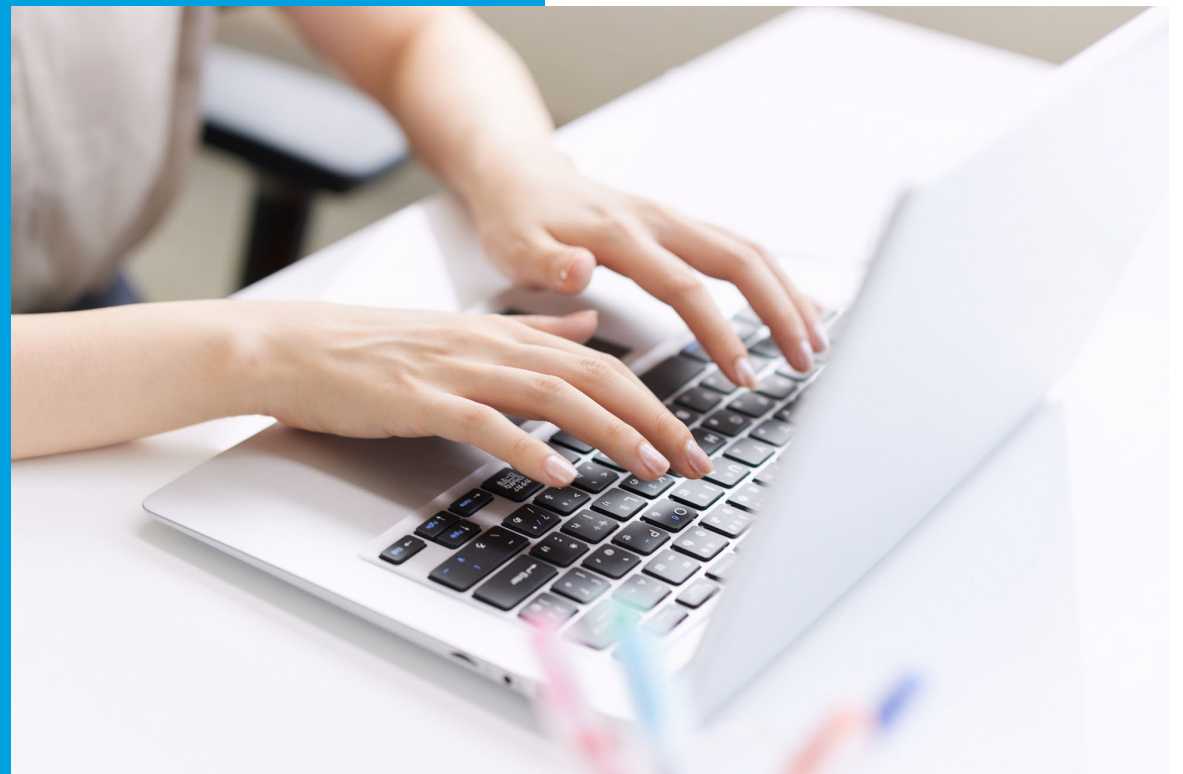
CRMツールを活用できていないのは、“いまのシステムが使いにくい”ことが起因しています。  
顧客接点を強化して収益につなげるには、CRMツールの効果的な運用が重要です。

「CRMツールを導入したのに活用できていない」 「リプレイスを考えているが自社の悩みを解決できるツールがわからない」

などのお悩みをお持ちの企業さまは、パナソニック デジタルへご相談ください！

# SOLUTIONS

パナソニック デジタルの  
CRMソリューションについて



# CRMソリューション① | Salesforce (セールスフォース)

Salesforceとは、Salesforce社が提供するSFA（営業支援）とCRM（顧客管理）を中心としたクラウド型のCRMツールです。  
パナソニック デジタルはSalesforceの認定パートナーとして、お客さまそれぞれのお悩みに応じた企画提案・導入支援を行います。



パナソニック デジタル  
はSalesforceの  
認定パートナーです。

## Salesforceの特長



### 案件状況を“見える化”

案件の進捗状況や受注の見込み度などを一覧で表示。

営業担当のフォロー不足や対応の抜け漏れを確認でき、商談の停滞や競合対策の不備による失注を防止できます。



### 複数チャネルからの問い合わせを一元化

電話、メール、チャットなど、複数のチャネルのお客さまからの問い合わせを一元管理。

お客さま情報をリアルタイムに共有することで、スタッフの変更による品質や生産性の低下を防止します。



### あらゆる部門と連携

営業の案件情報やお客さまからの問い合わせ履歴を、1つのクラウド型プラットフォームで管理。

部門間での情報連携をスムーズに行い、お客さまを中心にした高い顧客体験を提供することで、顧客満足度やLTVの向上も期待できます。

パナソニック デジタルのSalesforce お役立ち資料 [はこちら](#) >

# CRMソリューション② | eSmileCall (イースマイルコール)

eSmileCallとは、問い合わせの自動化やお客さまの声の分析、作業報告の電子化などCTI (※) が組み合わさった、パナソニック デジタル開発のCRMツールです。貴社スタッフが笑顔で対応できるコンタクトセンターづくりをサポートします。

※CTI (Computer Telephony Integration) とは、コンピュータシステムと電話・FAXを統合する技術のこと。

## eSmileCallの特長



### 簡単な操作性

オペレーションにこだわった画面設計やWebブラウザによる操作性。

初めてのオペレータの方でも簡単にお使いいただけます。



### 迅速なシステム導入

顧客管理や対応履歴管理などの管理機能や、メール、FAQ、通話録音機能などを完備。

あらゆる機能を取り揃えることで、迅速なシステム導入を実現します。



### 最適なサービスサポート

充実したオプション機能と、幅広いソリューションメニューを搭載。

企画段階から本格運用まで、業務に合わせた最適なコンタクトセンターサービス・コールセンターサービスをサポートします。

[eSmileCallの詳細はこちら](#) >

## Salesforceを活用し業務の標準化とコスト最適化を実現 リコール社告業務のお客さま対応スキルとマインドを伝承



### Panasonic

社名：パナソニック株式会社  
業種：電機メーカー  
従業員規模：約94,000人

[詳しく見る >>](#)

### 導入前の課題

- リコール対象製品ごとに業務フローが異なるため、都度システムの立ち上げが必要だった
- 初期ピークに合わせて設計されておりスケールダウンが困難だった

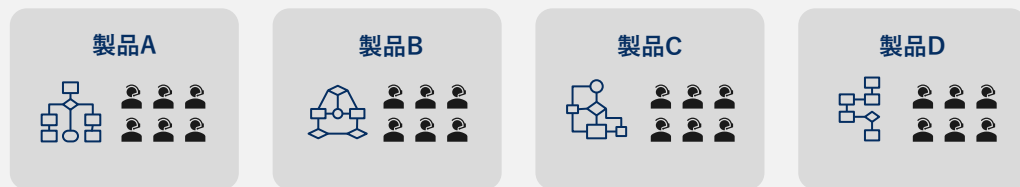
### 得られた効果

- Salesforceによるシステム構築で業務を標準化できた
- 標準化した業務フローで人員リソースを最適化できた
- リコール終息期に移行した際は容易にスケールダウンができるようになった

### 解決の手法

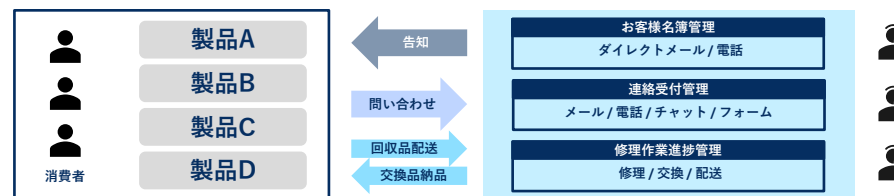
### Salesforceの導入

#### BEFORE



リコール対象製品ごとにPREVENTをフレームとしたシステムが乱立  
ランニングコストも高止まり

#### AFTER



リコール対象製品ごとに異なる業務プロセスを統廃合

## 集配管理ソリューションを導入 電話の不通や折り返しがなくなり2倍以上の効果



業種：臨床検査事業  
従業員規模：約700名

[詳しく見る >>](#)

### 導入前の課題

- 「毎日訪問」の集配スタイルを改善したい
- インフォメーションセンターから集配担当者への連絡を効率化したい

### 得られた効果

- 「毎日訪問」をスリム化する足掛かりができた
- 集配担当者用のスマホアプリを導入し、ワンタッチで連絡できるようになった

### 解決の手法

### eSmileCallの導入

#### BEFORE



慢性的な集配担当者不足に加え、  
「毎日訪問」のルーティン化で集配依頼の連携が難航

#### AFTER



集配依頼の円滑な連携に向けて、集配担当者用のスマホアプリを導入

# CAMPANY

## 企業情報



## 会社概要

会社名	パナソニック デジタル株式会社
本社所在地	大阪 〒530-0053 大阪市北区末広町2番40号 TEL：06-6906-2801（代表） 東京 〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目21番1号 TEL：03-5148-5634（代表）
代表取締役 社長執行役員	阿部 裕
設立年月日	1999年2月22日
事業内容	情報サービス
資本金	1,040百万円
関連会社	松下情報系統（上海）有限公司



**PARTNER**

パナソニック デジタル  
はSalesforceの  
認定パートナーです。

# お問い合わせ

ご不明な点やご質問・ご相談がございましたら  
お気軽にご連絡ください。



# CONTACT



<https://service.digital.panasonic.co.jp/contact>



<https://service.digital.panasonic.co.jp/>