

NTTコムウェア

CRM サイクルを軸とした三位一体の体制で 高品質な CRM ソリューションを提供

電話系 CRM ソリューションで 培った技術力と豊富な実績

現在、CRMは自治体から一般企業まで幅広い分野で導入されているが、一口にCRMと言ってもその利用目的はさまざまである。これまでのCRMは、顧客との関係維持と向上を目的としてきたが、今日では営業部門の強化を目的としたSFAや、製品供給側から見た経営効率化を目指したSCMなどとの相互補完関係にある。さらに、企業全体の資源を対象とした経営の効率化を図るERPとも密接な関係にある。

CRMシステムは、主に国内外のSIベンダーやベンチャーによって供給されているが、「金融業界に強い」、「流通業向けソリューションに自信がある」というように、各社それぞれに得意分野を持っている。その中で、NTTコムウェアは、「104番（電話番号案内）」や「106番（電話に関する各種ご相談）」をはじめとした、NTTの電話系コールセンターの開発・運用・保守を手がけてきた実績を持ち、コールセンターと並行して、早くからCRMシステムの構築・運用・保守に取り組んできた。NTTコムウェアが提供する

CRMソリューションの特長は、豊富な製品ラインナップの中から顧客企業のニーズに合わせて、最適なハードウェア、ソフトウェア、ネットワークを選定して提供する「ベスト・オブ・ブリード」のシステム構築と、ITのライフサイクル全般にわたってサポートできる体制によるトータルサービスの提供である。

CRM サイクルを軸に お客様との密接な関係を築く

NTTコムウェアが手がけてきたシステムは、NTT専用に開発されたものであるため、大規模かつ複雑で、そのまま一般企業に転用することは難しい。そこで、電話系CRMシステムで培ったノウハウと技術力を広く産業向けに展開するために、システムのコアとなるソフトウェアをベンダーニュートラルの立場から選択し、顧客ニーズに即した最適なCRMソリューションを提供するために、CRMソリューションに専門特化したCRM & ビリング・ソリューション事業部を設立した。

CRMソリューションにおけるNTTコムウェアの強みとして、「豊富な製品ラインナップ」と「トータルソリューションサービス」の2つ

をあげることができる。

企業のCRMプロセスは、マーケティング～セールス～クロージングを経て、お客様との関係維持づくりに取り組むことが基本的な流れである。そこで得られた結果をもとに新たな製品やサービスを開発し、再びマーケティング～セールス～クロージングという顧客接点のためのサイクルを繰り返していく。NTTコムウェアは、このようなCRMサイクルを軸としたお客様との関係維持フェーズ（PHASE）を次のように設定している。

PHASE01 / あらゆる接点で活用できるお客様データの共有：あらゆるチャネルから入ってくるお客様情報を一元管理し、あらゆる部門の担当者が同じお客様情報をリアルタイムに参照できる環境をつくることで、一貫したお客様対応を実現する。

PHASE02 / お客様と企業の双方向コミュニケーションの実現：電話、FAX、EメールやWebサイト、携帯端末など、多様な窓口でお客様とのコミュニケーションを充実させ、収集したお客様データの分析をお客様ニーズの発見につなげる。

PHASE03 / キャンペーン活動の効率化によるコストパフォーマンス

の向上：収集したお客様情報をもとに、EメールやWebによる効率的なキャンペーン活動を行うことで、高いコストパフォーマンスを導き出し、お客様へのアピール力を強める。

PHASE04 / お客様ニーズにフィットした最適な提案：お客様情報をもとに、お客様の環境や嗜好性を分析することでお客様のセグメント化を実施し、お客様のニーズにフィットした各種提案や販売活動を行う、積極的なマーケティングを実現する。

このようなPHASEごとに最適な製品として、世界各国で高い評価を獲得している有力ベンダーのソフトウェア製品を用意し、お客様との密接な関係を築き、最適なマーケティング戦略へと導いている（表1参照）。

またNTTコムウェアでは、CRMシステムの導入に伴うコンサルティングから、利用目的に応じた最適なソフトウェアの選定、システムの構築から保守・運用・機能追加に至る

までのITのライフサイクル全般にわたり、一貫して自社内で完結できるサポート体制を確立している。例えば保守・運用フェーズでは、24時間365日ノンストップでのサービス提供を行うなど、システム構築だけでなく、安心・安定稼働を含めたトータルソリューションサービスを実行している。

製品・サービス・技術による三位一体の体制

最適なCRMソリューションを創出するNTTコムウェアのCRM&ビルディング・ソリューション事業部の特長として、システム構築力と運用力の高さをあげることができる。技術力の高さは、既に24時間365日の安定稼働が要求されているNTTのコールセンターにおいて実証済みだが、それを可能にしているのが技術者個々のスキルの高さである。

近年、2007年問題への対応から、

自社システムをメインフレーム系からUNIXやLinuxなどのオープン系に移行する企業が増えてきている。このような状況の中、CRM & ビルディング・ソリューション事業部の技術者の中には、自社システムをUNIXだけでなくLinuxで開発した経験を持つものが多く、企業がCRMを導入する際には、Linuxでのシステム構築を提案している。Linuxの活用は、初期導入コストを抑えるだけでなく、顧客ニーズに対応した最適なシステム設計や構築ができるからであるが、それを可能にしているのは、Linuxに精通した技術者の存在である。また、多くの技術者が各ベンダーのCRM関連製品に用意されている独自の開発ミドルウェアにも精通しているので、目的に応じたカスタマイズも可能である。

NTTコムウェアは、CRMライフサイクルを軸に、幅広いシステム構築力がもたらす「ベスト・オブ・ブリード」、ITサイクル全般をサポートすることができる「サービス体制」、高度なスキルを持つ「オープン系技術者集団の形成」といった製品・サービス・技術による三位一体の体制により、電話系CRMソリューションを手がけてきた技術力とノウハウをベースに、高品質なCRMソリューションの提供に取り組んでいる。

表1 NTTコムウェアのCRMソフトウェア製品

製品名 (提携企業)	製品概要	対応PHASE
Onyx Enterprise CRM (オニックス・ソフトウェア㈱)	顧客情報を中心に業務に最適なシステムを創造するWebアプリケーション。	PHASE01 PHASE03
FastHelp3 (テクマトリックス㈱)	マルチチャネルを利用した顧客サポートに対応したコンタクトセンターのためのシステム。	PHASE02
PeopleSoft8CRM (日本ビーブルソフト㈱)	マーケティングイベントの管理から営業支援、保守サポート、顧客分析に至るまでをトータルにサポートする統合CRMスイート。	PHASE01 PHase03
E.piphany (エビファニー・ソリューションズ㈱)	分析系と実行系の両方のCRM機能と持ち、あらゆる顧客接点でインテリジェントかつパーソナライズされたコミュニケーションを促進するスマートCRMソリューション。	PHASE03 PHASE04
HDE Customers Care (㈱ホライズン・デジタル・エンタープライズ)	大量・高速メール配信によりeメールマーケティングを支えるeメール配信プラットフォーム	PHASE03
mySAP CRM (SAP ジャパン㈱)	マーケティングイベントの管理から営業支援、保守サポート、顧客分析に至るまでをトータルにサポートする統合CRMスイート。	PHASE01 PHase03

お問い合わせ先
NTTコムウェア株式会社
広報室
E-mail : kouhou@nttcom.co.jp