

## 企

# 業のソーシャルメディア上の顧客コミュニケーションを導入・運営支援・効果分析までワンストップで提供 ～ソーシャルリスニング・センターにより企業のリアルタイム経営を支援～

- ビッグデータ時代における企業のマーケティング活動を支援するため、オンラインマーケティングソリューション事業を強化し、2012年10月から事業を開始したNTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション（以下、NTTコム オンライン）。
- 同社は、「マルチチャネル顧客接点構築」と「ビッグデータ解析」、そして「ソーシャルCRM」を事業の柱にして、ビッグデータから生まれる企業と顧客との新しい絆づくりを支援している。

### ビッグデータ時代の企業の オンラインマーケティングを支援

スマートフォンやソーシャルメディアの急速な普及やクラウドの進展等により、企業のオンラインマーケティングの在り方が変化している。それに伴い、ネットと実店舗をシームレスにつないでより大きな集客と優良顧客化を図る「O2O（Online to Offline）」や、リアルタイムで流れるソーシャルメディア上の“顧客

の声”を解析し、リスク管理や戦略策定への活用など、ソーシャルコミュニケーションを図ることで企業が必要な時に必要とされる情報を提供する「ソーシャルCRM」への期待が高まっている。2012年10月から事業を開始したNTTコム オンラインは、ビッグデータ時代の企業のリアルタイムマーケティングを支援するために、NTTコミュニケーションズ、NTTナビスペース、NTTレゾナントおよびデジタルフォレスト

の関連事業を統合して設立された。オンラインとオフラインをまたがるトータルな顧客接点を構築する「マルチチャネル顧客接点構築」、ソーシャルメディア上の顧客の声の事業活用やソーシャルメディアを活用した顧客との信頼関係と絆作りをソーシャルコミュニケーションの導入から運営まで支援する「ソーシャルCRM」、ビッグデータを新しい絆に変えるテクノロジーとビジネスインテリジェンスを提供する「ビッグデータ解析」を事業の柱（図1参照）に、企業のオンラインマーケティングを支援するサービスを提供している。

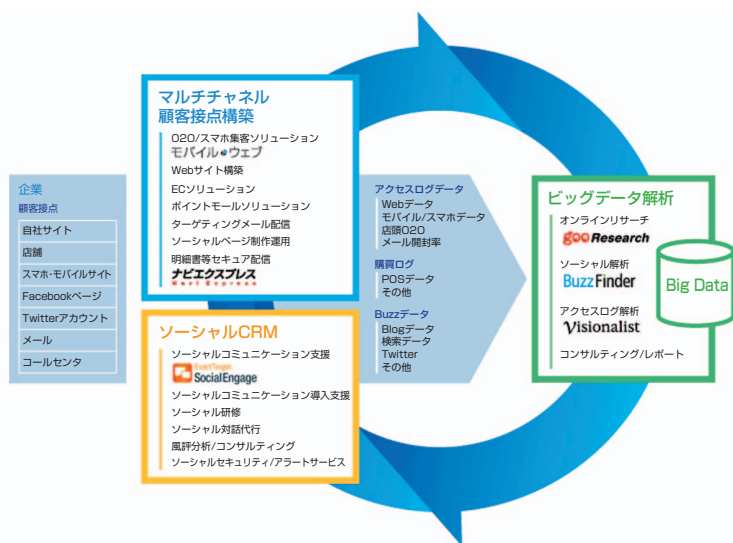
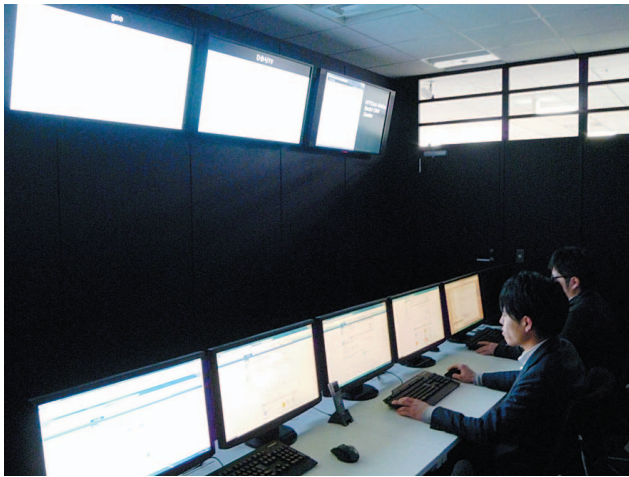


図1 NTTコム オンラインが提供するサービス一覧

### 顧客との絆づくりを支援する 「ソーシャルCRM」

ソーシャルメディア上では企業に対する顧客の“本音”がリアルタイムに語られている。これらには、商品やサービスの改善要望、新規サービス開発へのアイデア、トラブルやクレームの予兆など、企業に対する



「ソーシャルリスニング・センター (SLC)」

図2 「SLCソリューション」の概要

●ソーシャルリスニング (情報収集・分析)

顧客の声や競合他社の状況をリアルタイムに把握しレポート。日報、週報、月報、サービスやニュースリリース時の反響速報等、企業のニーズに合った形でレポートを行う。

【特徴】ソーシャルリスニングには、国内唯一のツイート全量をリアルタイムに分析する「BuzzFinder」を活用。ソーシャルリスニングは、センターで一元的に行う。センターは、NTTコム オンラインに設置された「SLC」を利用することもできれば、企業側にセンターを構築することもできる。センターで収集した「顧客の声」は企業内の複数部門それぞれに振り分けられ、また取りまとめてレポートされる。事業リスクとなりうる状況を検知した場合はアラート通知し、その後緊急支援体制をとる。24時間365日対応も可能。

【効果】「BuzzFinder」の活用とセンターで一元化する集約効果により、大きな初期投資は必要なく、また高い費用対効果が期待できる。

●アクティブサポート (情報発信・対話およびこれらに関する導入支援)

不満や疑問など自社に関する発言を拾い上げ、ソーシャルメディアを通じた能動的なサポート(アクティブサポート)を実施。

【特徴】公式アカウントの立上げと合わせソーシャルメディアガイドラインを策定し、企業としてのソーシャルメディア上での顧客対応の方針を決定。ソーシャルメディア上の情報発信や対話に必要な運用体制や運用ルールの構築を支援する他、実際に顧客対応するオペレータのトレーニングを提供。また、顧客対応の代行も行う。

【効果】アクティブサポートを通じて、顧客との関係を強化することで、顧客満足度の向上を実現できる。

“顧客の声”が含まれている。また、競合他社への意見や動向も知ることができるので、市場での自社のポジションを意識した事業展開に役立てることが可能だ。このような取り組みを「ソーシャルリスニング」と言い、活用する企業が増えている。

NTTコム オンラインでは、日本語ツイート全てをリアルタイムに分析する「BuzzFinder」、ソーシャルメディア上のコミュニケーションを支援する「SocialEngage」などのツールの提供に加えて、専門のアナリストによりソーシャルメディア上の“顧客の声”を分析・レポートして消費者インサイトを可視化する「ソーシャルVoC (Voice of Customer) 分析レポート」やソーシャルメディア運用をサポートする「アカウント運用支援コンサルティング」などを提供して、企業の「ソーシャルCRM」導入を支援してきた。

「ソーシャルCRM」をワンストップで提供する「SLCソリューション」

その一方で、「ソーシャルCRM」の導入に必要なテクノロジーや顧客対応の人員体制、あるいは対ルール等のノウハウを組織横断的にワンストップで提供してほしいという要望も多かった。

そこで本年7月、NTTコム オンラインは、企業向けに「ソーシャルCRM」をワンストップで提供する「SLC (ソーシャルリスニング・センター) ソリューション」を提供開始した (図2 参照)。

NTTコム オンラインでは、「ソーシャルリスニング・センター (SLC)」を本年2月に開設。半年間におよぶトライアルを通じてサービス内容の精査やその有効性を評価してきた。そのサービスの内容は次のとおりである。

<SLCソリューションの内容>

- ・リアルタイムなソーシャルリスニング (情報収集と分析)

- ・必要な情報を必要な部署に届けるレポート
- ・炎上やトラブル等のリスク監視とアラート通知
- ・ソーシャルメディア上の情報発信や対話の代行
- ・これらを実現するためのソーシャルメディアアカウントの導入支援など

顧客との接点強化はもちろんのこと、経営のリアルタイム化を促進でき、大きな初期投資の必要なく高い費用対効果を期待できる。

「SLCソリューション」は、ビッグデータ時代のリアルタイム経営を支援する内容になっている。

●お問い合わせ先●

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

TEL : 03-4330-8410

E-mail : SocialCRM-om@nttcoms.com