

# “顧客づくり”支援 注目企業の 「2011年 わが社の戦略」

景気低迷の影響から抜け切れなかった2010年。

“顧客づくり”を支援する22社のキーマンから寄せられたコメントには、景気低迷下で新たな活路を見出す各社の知恵と、2011年への期待が見え隠れしている。

2010～2011年にかけてのこの分野の流行語大賞の上位3は、

“顧客インサイト” “カスタマー・エクスペリエンス” “カスタマー・エンゲージメント” と言えそうだ。



## (株)ADKダイアログ

<http://www.adk-dialog.jp>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
見込客の開拓から顧客ロイヤルティの最大化まで、マスメディア、ネットメディア、SPメディアを駆使したコミュニケーション戦略の立案、実践をお手伝いします。アカウントビリティ=結果説明責任を重視します。



マネージング・アドバイザー 伊藤 誠氏

「非常識」の欠如？ 昨今マーケティング、特に広告が面白くない。「マーケティングの大罪はつまらないこと」は、かのダン・ケネディの名言。今や、「売り」につながる「結果」はマーケティングの至上命題だが、「結果」を意識し過ぎて冒険ができなくなってしまったのか。でも、どんぶり市場・過剰競争の中、当たり前を当たり前にも「結果」は遠のくばかりだ。マスメディアの弱体化につられ、広告メッセージも弱体化しているように見える。マーケティングの主戦場は、マスメディアからネット、特にFacebookやTwitterなどのソーシャルメディア（＝マス井戸端会議）に移りつつある。米国では、FacebookがGoogleを抜き、最もアクセス数の多いサイトになったそうだ。尖閣諸島のビデオ流出では、世の爺ちゃん・婆ちゃんたちが「YouTubeって何ぞ？」と目をむいた。マーケティングを面白くすれば、マスもソーシャルも席卷できる。マーケターにとっては腕が鳴る時代になった。

## NTTコミュニケーションズ(株)

<http://www.ntt.com/>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
国内/国際電話、フリーダイヤル/ナビダイヤル、IP電話、電話会議サービスなど。国内外のIPネットワーク/データ通信サービス。Webコミュニケーション、コンタクトセンター・CRMコミュニケーションなどお客様の経営課題を解決するソリューションの提供。



ネットビジネス事業本部 ボイスサービス部長 佐々田法男氏

消費者ニーズが多様化している現在、顧客接点の強化を図るカスタムコンタクトセンターの役割はますます重要になっています。コンタクトセンターにおける「顧客満足の獲得」と「効率化の推進」が課題となっている中、弊社ではコンタクトセンター構築のキーマンであるフリーダイヤル・ナビダイヤルにおいて、コールを確実に的確につなぐルーティング機能などのご提供でお客様の「顧客満足の獲得」のお手伝いをさせていただきます。さらに、ネットワークIVR「CRMパッケージ」や在宅受付の実現、国際転送、迷惑電話対策など、多彩な機能でコンタクトセンターの「効率化の推進」をお手伝いいたします。また、コンタクトセンターにおけるコール分析が受付体制効率化につながるの考えの基、トラヒックレポートサービスをご提供。また、Web・音声両面での受け付けが欠かせない現在、Web受付の解析についても音声受付と融合させた分析をコンサルさせていただきます。弊社は皆様の「ICTソリューションパートナー」として、さらなるサービス向上を図ってまいります。これからもご愛顧のほどよろしくお願い申し上げます。

## (株)エヌ・ティ・ティ・ソルコ

<http://www.solco.co.jp>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
クライアント企業のソリューションパートナーとして、基幹事業であるコンタクトセンターの構築・運営から、VOCの分析・活用といったCRM戦略のご提案まで、マーケティング領域をトータルでサポートします。



代表取締役社長 武藤弘和氏

昨年は十余年ぶりのエージェンシー復帰ということで、6月の社長就任以来、クライアント様を含めた現場ヒアリングを行い、当社がクライアント様に提供できる価値を再確認してきました。本年は、これまで当社がNTTグループ内外の受託業務において培った、人材育成やVOCの活用などの知見をさらに深め、社内に広く循環させることで、クライアント様に感じていただける価値の根幹を磨きます。また、エージェンシーとして蓄積したノウハウの応用やグループ企業との連携によるソリューション領域の拡大、在宅オペレーションをはじめとした保有リソースの効率的・革新的な運用を通じ、さらなる付加価値を提供していきます。社員一人ひとりが、お客様・クライアント様・社員それぞれの立場に立ち、互いの関係性を深める努力をすることで最適なソリューションと最高の顧客コンタクトの実現を目指します。

## (株)KDDIエボルバ

[www.k-evolva.com](http://www.k-evolva.com)

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
豊富なCRMノウハウを基に、コンタクトセンターのフルアウトソーシングサービスをはじめ、人材派遣サービス、受付・電話交換、ランゲージ（通訳・翻訳）サービス、電報サービス、保険・旅行サービスなどを提供しております。



代表取締役社長 伊東 博氏

コンタクトセンター市場は、需要の減速や業務量の減少が見られるなど、依然として厳しい環境にあります。その一方、通信業界でスマートフォンが活況を呈しているように、お客様からは高度で高品質なサービスへの要求が強くなってきました。この業態においては、これまでややもすると労働集約的なトレンドがありましたが、これからは質が高く、専門性のある業務をしっかりとつかんでいくことが肝要です。こうした中、当社もこれまで以上に新たなビジネスモデルの開発を推進すると同時に、多様化・高度化する業務をいち早く取り込めるよう努めていく所存です。この2011年度には、KDDIグループとしてのリソースを最大限に活用し、さらなる質的向上と既存業務のシェアアップ、そして未参入領域への着手に積極的に取り組んでまいりますので、本年もどうぞよろしくお願ひ申し上げます。

## SAS Institute Japan(株)

<http://www.sas.com/jp>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
顧客管理・マーケティング分析ソリューション「SAS® Customer Intelligence」により、精密な分析で顧客の行動を予測し、より適切なアプローチを実現。統合的なマーケティング・プラットフォームにより、マーケティングROIの向上を支援します。



代表取締役社長 吉田仁志氏

経済危機以降、企業を取り巻く経営環境は刻々と変化を続けています。新しい環境の下で、企業は顧客の行動をより精緻に分析し、マーケティングROIを高めることで、収益の確保と最大化を図ることが急務とされています。SASは、予測・分析のテクノロジーに基づくビジネス・アナリティクス・ソリューションの提供により、企業の複雑な経営課題解決を支援しています。2010年、SASは顧客同士のつながりやクチコミ、影響力を分析するカスタマー・リンク分析ソリューション、ソーシャルメディアにおける顧客の「声」を分析するソーシャルメディア分析ソリューションの提供を開始しました。今後も、優良顧客の見極めと囲い込み、多様化する顧客一人ひとりに対する適切なタイミングでの適切なアプローチ、顧客経験価値の理解と創出といった、マーケティングに関する広範なニーズに応えることで、顧客を中心としたビジネスの実現に貢献してまいります。

## ジェネシス・ジャパン(株)

<http://www.genesyslab.co.jp>

●“顧客づくり”に関連する事業内容  
顧客サービス/コンタクトセンター向けのソフトウェア製品「Genesys 8」を提供。カスタマーエクスペリエンスを高めるための顧客サービス戦略およびコンタクトセンター構築をサポートします。



代表取締役社長 和智英樹氏

“カスタマーエクスペリエンス”——顧客経験価値という考え方が日本でも浸透してきています。商品購入のプロセスの中で、顧客は情報収集やサービスなどさまざまな経験をしているという考え方です。これを高めることは熱烈なファンの獲得、そして収益につながります。中でも顧客サービス部門が大きな役割を担いますが、今まで多くの企業では、コールセンター、Web、マーケティング、バックオフィスなど、部門ごとの最適化に専念してきました。しかし、これからは全社最適化した取り組みが重要です。弊社は2010年に「Genesys 8」をリリースしました。コンタクトセンターだけでなく、Web、eメール、ソーシャルメディア、スマートフォンなど、新しいチャネルの統合、さらにバックオフィスとの連携を実現し、カスタマーエクスペリエンスを高めるための顧客サービス実現をサポートします。