



ソニー

## 「故障ではない引き取り修理案件」を失くす！ コールセンターでの訪問故障診断の活用を徹底

受賞企業レポート

PCをはじめとしたテクニカルサポートは、電話での解決率を向上することが至上命題とされている。しかし、ユーザー個々の使用環境が把握しづらい電話対応は、トラブル診断に限界が生じることも多い。

ソニーの「VAIO」のサポートを行うVAIOカスタマーリンクでも、電話での故障診断の精度を上げる努力は行っているが、問題は、故障と判断して引き取ってはみたものの、検証の結果、症状が発生しない「NPF (Not Problem Found)」という案件が発生しがちだということだ。

VAIO事業本部VAIOグローバルCS部の岡本英央担当部長は、「NPFは、そのままの状態を送り返すしかないのですが、これはお客様にとっても弊社にとってもデメリットしかありません」と説明する。つまり、顧客にとってはPCを使えない時間——ダウンタイムが発生し、同社にとっては引き取りから検証、返却と

いった一連のプロセスに要するコストを負担しなければならない。

### 顧客の不便を解消するため センターの“タブー”を打ち破る！

同社の今回の申請は、NPF発生抑制に「訪問故障診断」というプロセスを積極活用するというものだ。

「従来から訪問故障診断はありましたが、どんな案件に適用するかのルールが不明確でした。また、電話での解決率向上を目指すため訪問提案は積極的に行うべきでないという風潮もありました（岡本担当部長）

これを打破するため、新モデルや問い合わせの多い案件は積極的に利用するなどルールを明確化。パートナー企業による全国翌日訪問を含め、顧客の希望日時に訪問できる体制を敷き、提案しやすい環境を整えた。さらに、電話対応からオンサイト提案にスムーズに移行するためのトークスクリプトを用意した。



VAIOカスタマーリンクの岡本英央担当部長

その結果、訪問総数の46%を現場で問題解決し、NPFを未然に防ぐことを達成、ダウンタイムの大幅削減を実現した。コストについては、「実際に劇的な削減につながったわけではありません。しかし、顧客視点に立てば、ダウンタイムの削減こそが重要です。同じコストなら訪問スタッフに投資した方が良いと判断しました（岡本担当部長）という。

思わぬ副産物もあった。一般ユーザーが実際にどのような環境でPCを利用しているか知ることができたのだ。例えば、PC本体側の電源コードが奥まで挿されていないことが原因で電源が入らないというケースが多く、これは引き取りでは絶対に気付かないケースだ。電話対応ナレッジに追加するとともに、商品企画部門は電源コードに注意を促すタグを付ける対応を図った。さらにマーケティング部門は、販売店に配布する資料に注意書きを入れ、販売員にも周知するようにした。これらによりさらにNPF発生の抑制となった。

図 オンサイトスキーム導入の効果

