日本ベーリンガーインゲルハイム

顧客視点の対応／生産性向上の両立に向けて“雇用モデル”と“ナレッジ”を再検討

日本ベーリンガーインゲルハイムは、ドイツ本社で開発された高血圧治療薬やパーキンソン病治療薬などを国内で販売する製薬会社だ。国内では数席規模の小規模センターを運営し、主に薬剤師をはじめとした医療従事者からの問い合わせに対応している。今回、申請されたレポートでは、①従来、正社員が対応していたオペレーション業務を派遣社員に移行、②教育プログラムと顧客対応業務を支援するナレッジベースの再構築――の2点に絞った取り組みが高い評価を受けた。

従来の学術志向の正社員による顧客対応は、豊富な専門知識は提供できるものの、多忙ゆえに顧客志向の改善意欲に欠け、コミュニケーションスキルのトレーニングも困難で、応対品質のばらつきが見られた。

そこで、品質の標準化を目指し、派遣社員による運用に切り替えた。

新体制は、昨年1月に運用を開始した。一次窓口で対応する派遣社員は、医薬品に関する基礎知識と顧客対応力を共に持つことを理由に、薬剤師として薬局などで顧客接点業務に従事した経験を持つ人材に限定した。メディカルアフェアーズ部DIセンターグループの椎名孝広グループマネージャーは、「コールの75%が薬剤師からの問い合わせです。私どものお客様である薬剤師としての実務経験がある方を採用することで、顧客視点を持った対応を実現できると考えました」と説明した。

文献検索システムを構築し一次解決率97%を達成

新たな人材体制のもと、まず教育体制の見直しを図った。とくに重視したのはコミュニケーション力の向上、なかでも“文章要約力”の習得だ。迅速かつ適切な対応を行うためには、顧客の要望を瞬時に要約しDB検索のためのキーワードがすぐに浮かぶことが必要で、最終的に解決法を伝える際にもFAQから必要かつ十分な内容を要約し伝えることが望ましい。

一方、ナレッジDBの再構築は、ひとつの画面で問い合わせ履歴作成からFAQの検索・参照までできるオペレーション端末を、MS-Accessで作成。FAQの項目は30製品で1万2000件を用意し、そのほとんどすべてに回答の根拠となる2万8000件の文献が紐付いている。

取り組みの成果としては、現在の一次解決率は97%を達成。二次対応がほとんど発生しないため、正社員は情報の収集や整理をはじめとしたさらなる運営改善の実施に専念できているという。

メディカルアフェアーズ部DIセンターグループの椎名孝広グループマネージャー
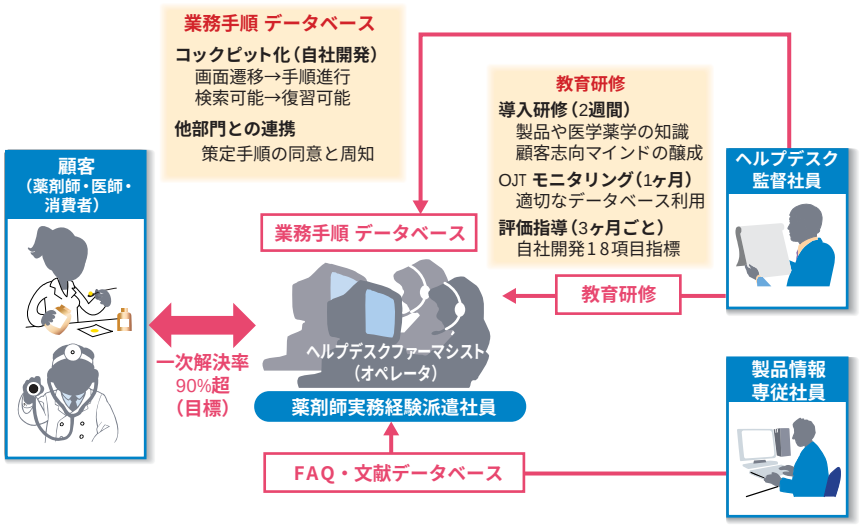
図　新センターの体制