

三菱地所レジデンス株式会社様

10工程かかっていたアンケート発送作業が1工程で完了！
リスト登録から商品券コード発送までを完全自動化
～SPIRAL®の活用範囲を広げアンケートシステムを刷新～

三菱地所レジデンス

三菱地所レジデンス株式会社

業務内容：不動産の開発、不動産の販売、
不動産の賃貸借

http://www.mec-r.com/

課題

- 新築マンションなどの検討者・購入者へのアンケートを実施する際に、膨大なアンケート対象リストの中から事前に郵送対象者やメール対象者などを仕分ける必要があり、それらを手作業で行っていたため担当者の作業負担が大きかった
- アンケートや謝礼品の郵送コストのほか、封入作業や発送業務の外注費などを圧縮したかった

解決策

- 基幹システムからダウンロードしたアンケート対象リストを自動で郵送先やメール送付先に仕分けるマクロを開発し、メール送付リストについてはAPIを使って自動でSPIRALにアップロードできるようにした
- 謝礼のギフト商品券コードを管理するデータベースを導入し、メールを使った謝礼発送の仕組みを構築した

選定理由

- 以前からSPIRALのアンケート管理システムを利用しており、パイブドビットの営業担当から課題解決に向けた有効な提案があった

導入後の効果

- 以前はデータの仕分けから発送までに多くの工程が必要だったが、1回の作業で済むようになった
- 謝礼のギフト商品券コード発送や管理をデジタル化し、郵送コストや管理コストが大幅に削減できた

主な機能

- データベース
- Webフォーム
- SPIRAL®API



左：カスタマーサポート CS推進グループグループ長 鈴木 美佐子氏
右：同グループ 久保倉 亜希氏



三菱地所レジデンス株式会社は、不動産の開発・販売・賃貸借などを行うマンションデベロッパーだ。「顧客ロイヤルティの向上」を経営戦略の1つに据える同社では現在、新築マンションなどを検討・購入したお客さまに対し、満足度調査を目的としたアンケートを実施している。以前からアンケート作業フローの一部にSPIRAL®を利用していましたが、膨大な労力と時間がかかる送付先の仕分け作業や、謝礼品の郵送と管理のコストなど、課題も少なくなかった。そこで、SPIRAL®の活用範囲を広げたシステムへの変更を実施。大幅な業務効率改善とコスト削減を同時に実現した。システム変更の経緯や効果などをカスタマーサポート部CS推進グループ グループ長の鈴木 美佐子氏と、同グループの久保倉 亜希氏に伺った。

月4,500件の顧客データを担当者 手作業で仕分け。 アンケートと謝礼品の発送作業や郵送 コストも課題。

—— まず、貴社の概要と、CS推進グループのミッションや業務内容についてお聞かせください。

当社は、主に新築マンションの分譲事業を行っているマンションデベロッパーで、三菱地所と三菱地所リアルエステートサービス、藤和不動産の3社の住宅事業を統合し、2011年1月にスタートしました。

CS推進グループは、2011年の会社設立と同時に立ち上がった部署で、アンケートを通じた顧客満足度の計測・分析・向上が主な業務です。「顧客ロイヤルティの向上」を経営戦略の1つに据える当社では、この「顧客ロイヤルティ」を計測する指標として「ネット・プロモーターズ・スコア（NPS）」を活用しており、このNPSを定期的に定点観測するために、各種のアンケートを実施しています。

—— 現在、実施しているアンケートについて教えてください。

アンケートは、当社の新築マンションなどをご検討・ご購入いただいたお客さまに対して、(1) 販売ギャラリーへのご来場時、(2) ご契約時、(3) お引き渡し時、(4) ご入居1年目、(5) ご入居2年目——の計5回、Webもしくは郵送で行っています。販売ギャラリーへのご来場アンケートだけで、Webとはがきを合わせて年間約4万5,000件。2011年からの3年間で15万件以上のご回答をいただきました。

こうしたアンケートを計測・分析してみると、どうしても満足度が高いフェーズと低いフェーズが出てきます。当部署では、満足度が低い部分から課題を抽出して、改善策や満足度を向上させていく施策にどう反映させていくかの提案を行っています。

—— 2014年4月にアンケートシステム構成を変更しましたが、変更前の運用状況はどのようなものだったのですか？

以前は、1回アンケートを実施するのに大変手間のかかるフローでした。実施にあたってはまず、

顧客情報を蓄積している当社の基幹システムからアンケート対象のお客さまのデータをダウンロードします。次に、そのデータからメールでアンケートをお願いするお客さまと、郵送でお願いするお客さまの振り分けを手作業で行います。その際、郵送するのであればデータを郵送用の体裁に整えたり、海外の住所が入っていれば除外するなどの作業も必要でした。メールアドレスがあっても、アンケートの種類によってはモバイルには送らないなどの仕分け作業も発生します。それらすべての作業を目視、手作業でやっていました。

—— どのくらいのデータを手作業で仕分けしていたのですか？

来訪アンケートだけで1週間に約1,000件、契約時と引き渡し時のアンケートは多い時で月2,000件あります。特に、大規模物件のお引き渡しがある月は戸数も多いので、膨大な労力と時間がかかります。しかも、お客さまの大切な情報を扱うためミスが許されないので、非常に神経を使う作業です。こうした状況で担当者が丸1日ばかりで作業をしてきましたが、その負担は大きく、かねてから課題になっていました。

—— 他の課題はありましたか？



カスタマーサポート部 CS推進グループグループ長 鈴木 美佐子氏

