



zendesk sunshine

オープン CRM プラットフォーム サポート業務の枠を超えた 5 つの活用例



01

限界に直面する顧客データ活用

02

オープン CRM プラットフォーム時代の幕開け

03

カスタマーエクスペリエンスの全容を理解

04

サポート業務以外にも有効な Zendesk Sunshine

アセットとデバイス

製品と注文

顧客とのやりとり

ユーザーとアカウント

製品のトラブルシューティング

01 限界に直面する顧客データ活用

差別化戦略においてカスタマーエクスペリエンスの重要度がこれまで以上に高まりつつあります。パブリッククラウドの台頭により、手軽に使える新しいデジタル製品やサービスの利用者が急速に拡大。各社がカスタマーエクスペリエンスをめぐる競争を繰り広げています。実際、Forrester のカスタマーエクスペリエンス インデックス調査から、以下のような現状が伺えます。

5 倍

「優れたカスタマーエクスペリエンスを提供する企業は、そうでない企業と比較して、平均 5 倍もの勢いで収益を拡大しています」

現在、顧客とのやりとりはモバイルアプリやソーシャルメディア、ライブチャット、電話など、さまざまなチャネルを介して行われています。このやり取りを通じて収集される膨大な顧客データを活用すれば、カスタマーエクスペリエンスの差別化やパーソナライズが可能になります。しかし、このデータがシステムやアプリケーションごとに分断されていると、顧客の属性や、顧客が製品やサービスをどのように利用しているかを把握しにくくなります。また、顧客データ間の関連付けができなければ、企業がそれぞれの顧客とのやりとりを本当の意味でパーソナライズすることはとてもできません。

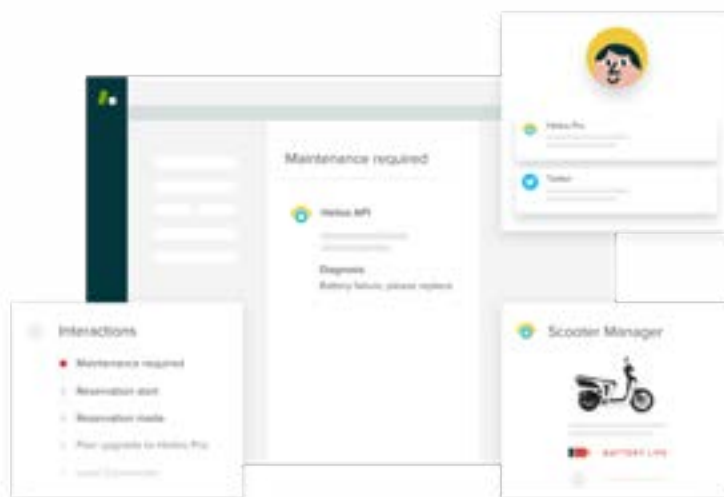
こうした理由から、従来の CRM プラットフォームを利用する企業、団体、組織の多くは限界に直面しています。従来のテクノロジーは、昨今のように大量かつ多種多様な顧客データに対処できる設計にはなっていません。そのため、多くの組織が、パーソナライズされたカスタマーエクスペリエンスの提供に不可欠な情報を入手できず、次のアクションにつなげられずにいるのです。

「The Five CRM Trends In 2019 That Will Shape Engagement, Relationships, And Revenue」 Forrester 社 (2019 年 1 月)

02 オープン CRM プラットフォーム時代の幕開け

Zendeskの新たなCRMプラットフォームであるZendesk Sunshineは、保存場所を問うことなく、あらゆる形式の顧客データを集めて、顧客情報を包括的に理解することができるオープンで柔軟な設計が特徴です。この高速かつ強力なプラットフォームを利用すれば、誰もが簡単に、優れたユーザーエクスペリエンスを自由に構築することができます。

さらにZendesk SupportやZendesk ChatをSunshineと連携して活用することで、エージェントのワークスペースにおける生産性を飛躍的に向上させることができます。



Zendesk Sunshineの活用範囲はカスタマーサポートのみにとどまりません。たとえばアセット管理などのカスタムアプリケーションを、オープンプラットフォーム環境で自由自在に開発できます。



03 カスタマーエクスペリエンスの 全容を理解

従来の CRM プラットフォームは、何十年にもわたり顧客の 360 度ビューを実現してきました。しかし、顧客データがあちこちに分散化するにつれ、独自のデータモデルやプログラミング言語を使用して最先端のアプリケーションを開発することは難しくなっています。

Zendesk Sunshine は、お好みのツールを使用して開発が行えるようにすることで、最先端の CRM アプリケーション開発を支援。また、プロフィール、イベント、オブジェクトといったカスタマーエクスペリエンスに関連するデータを包括的に表示、把握できます。





プロフィール

単一のユーザー ID に、内部ソースやサードパーティー製のアプリケーションから取得した属性を組み合わせることでリンク。顧客の情報を詳細に把握できます。



イベント

ショッピングカートやウェブ、モバイルにおける顧客のあらゆる操作をキャプチャ。カスタマージャーニー全体で顧客のブランドとのかかわり方を理解できます。



カスタムオブジェクト

購入した製品や注文履歴などのデータを保管し、関連付けます。顧客の製品やサービスとの関わり方を把握できます。

Zendesk Sunshine を利用して、あらゆる顧客情報をシームレスに収集できるようカスタマイズすることで、従来の CRM プラットフォームの制約から解放され、カスタマーエクスペリエンスの全容を理解できます。

04 サポート業務以外にも有効な Zendesk Sunshine

Zendesk Sunshine を使用してあらゆる顧客データを関連付けると、顧客に関するより詳細な背景情報を取得する、社内の生産性を向上させるといったことが可能になります。また、Zendesk 内外のカスタムアプリケーションと連携し、カスタマーエクスペリエンス全体にわたり、あらゆる角度から顧客とのやりとりを支援します。



アセットとデバイス

製品やアセット、接続デバイスの履歴や正常性を追跡。顧客の背景情報について包括的に把握できます。



製品と注文

購入手続きから納品までのライフサイクルを管理。パーソナライズされたサポートエクスペリエンスを提供できます。



顧客とのやりとり

カスタマージャーニー全体であらゆる操作を追跡。顧客のライフサイクルを詳しく把握できます。



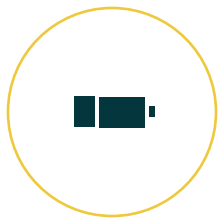
ユーザーとアカウント

アカウント階層や複雑なユーザー関係を管理できます。



製品のトラブルシューティング

プランの詳細やユーザーのサイト内導線を確認できます。



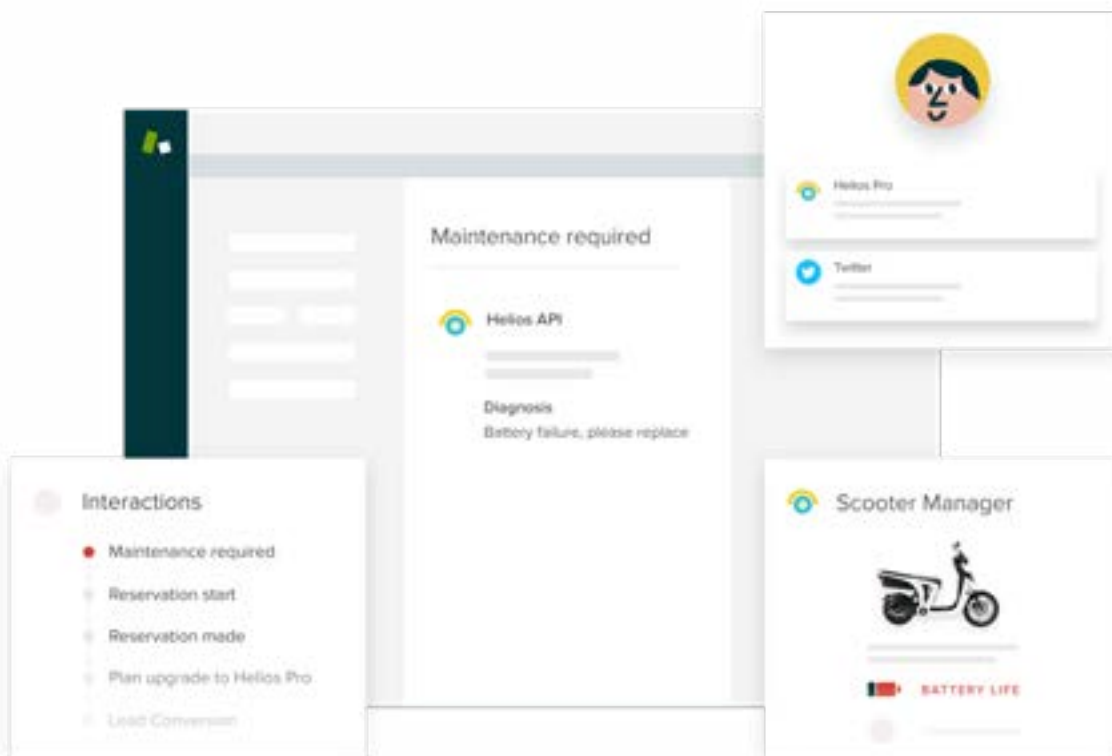
アセットとデバイス

製品やアセットの履歴や正常性を追跡

現代の顧客は、日々何十種類ものデジタル製品を欠かさず利用しています。車両やキッチン家電といった従来の有形資産から、携帯電話やスマートウォッチといったデバイスまで、顧客が所有するアセットの状態をカスタマーサポートの視点で理解することはこれまで以上に重要です。たとえば、バッテリーの寿命やソフトウェアのバージョン、タイヤの空気圧など、いわゆる「バイタル情報」を詳しく把握しておくことで、エージェントの業務フローに大きなメリットがあります。

また、従業員のノートパソコンや現場の装置といったデバイスがIoTセンサーに接続されている場合は、ITヘルプデスクが問題に対処する際に、従業員が最新のソフトウェアを使用しているか、特殊なアプリケーションをインストールしているなど、解決に必要な情報を得られます。こうした情報がZendeskのサポートチケットに付随してすべて表示されるため、エージェントは、顧客、使用している製品、デバイス、設備といった必要な背景情報を包括的に捉えることができます。

アセットの保守・運用の担当者にとっては、デバイスの診断情報をプロアクティブに監視できるため、問題が発生する前に不具合に対処することも可能です。また、トリガ機能を使用して、アセットの正常性や、望ましくない場所にあるアセットをエージェントに通知することもできます。



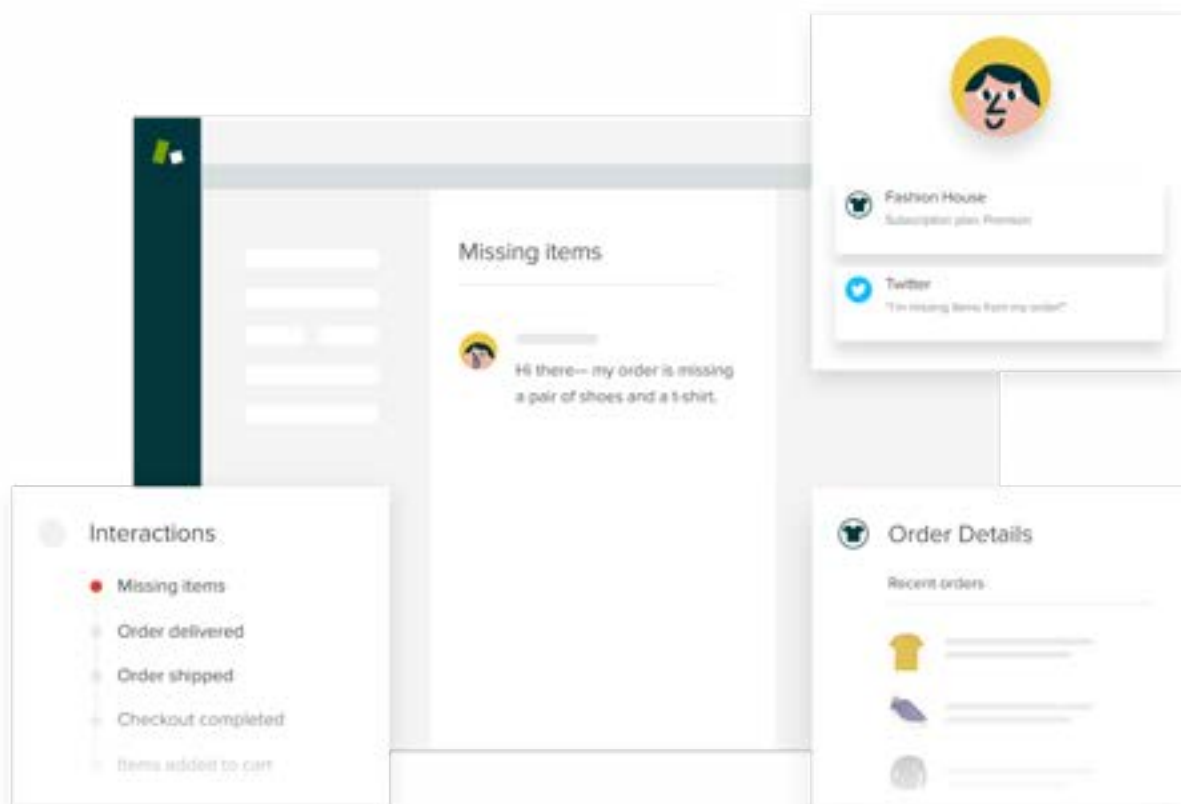


製品と注文

購入手続きから納品までのライフサイクルを管理

優れたカスタマーエクスペリエンスを提供するためには、顧客の購入方法や、製品やサービスとの関わり方についての理解が欠かせません。つまりそれは、注文にかかわるライフサイクル全体を動的な視点で把握するということです。Zendesk Sunshine を使用すると、発送、納品、返品、再購入といった注文に関わるあらゆるイベントを追跡できます。

したがって、エージェントはサポートチケットに関連する製品や、顧客が注文ライフサイクルのどの段階にいるのかといった情報を速やかに把握できます。ビジネスの特性上、注文ライフサイクルが複雑な場合は、Zendesk Sunshine で製品のサブスクリプション情報や保証期間を保管して管理。エージェントが背景情報をリアルタイムに取得できるよう支援することも可能です。これにより、パーソナライズされたサポートエクスペリエンスの提供にも力を発揮します。





顧客とのやりとり

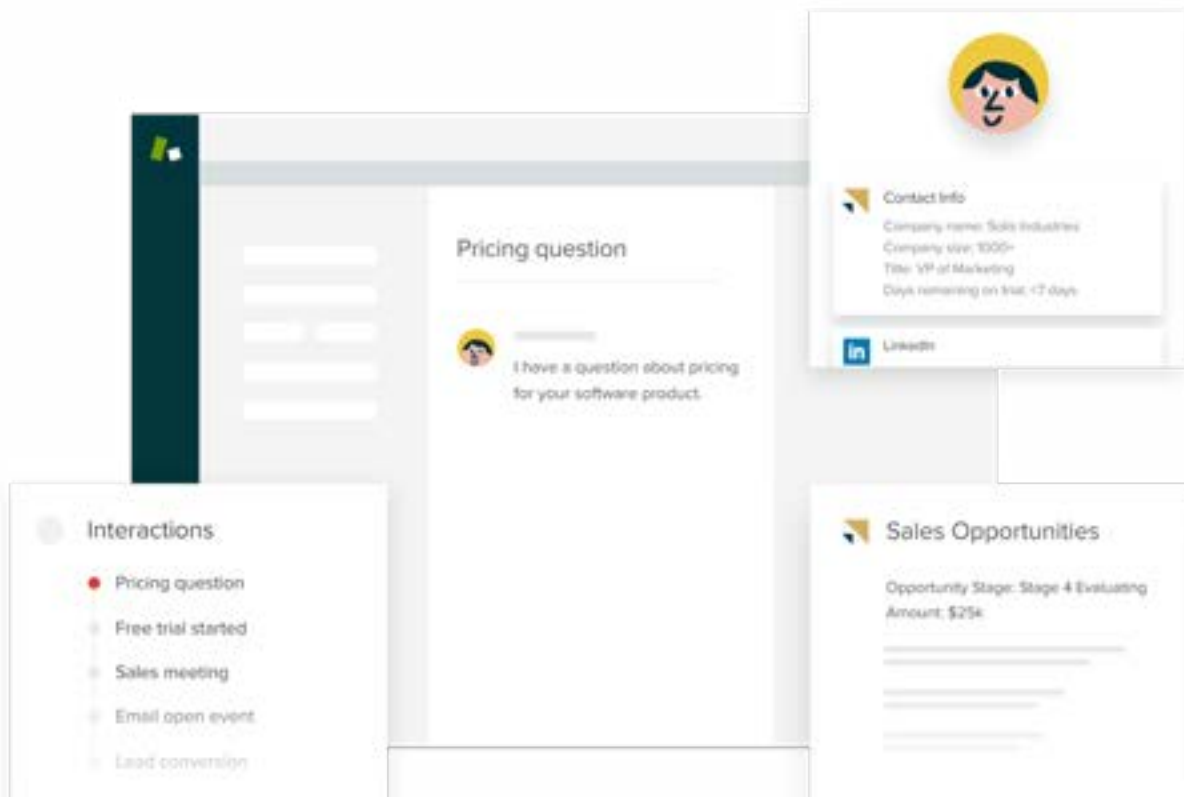
カスタマージャーニー全体であらゆる操作を追跡

あらゆる段階における顧客の行動を把握して全体像を構築するには、ウェブやモバイルでの行動、メールの開封、実店舗への入店、顧客がライフサイクル上のどの段階にいるかを把握するための情報など、デジタルと対面の両面でのやりとりについて、タイムラインで把握できると便利です。

また、さまざまなタッチポイントを関連付けると、サポートチケットで顧客のVIPレベルやロイヤリティステータ

ス、アカウントのサイズといった重要な情報をエージェントに提供できます。こうした情報は、顧客が期待するパーソナライズされたサービスを提供する上でも非常に重要です。

カスタマージャーニー全体にわたる顧客の行動データは非常に価値のある情報であり、サポート担当者にとってはもちろん、組織にとっても有益なものです。これらのデータを組織全体で同期することで、マーケティングキャンペーンや販売機会、受注といった幅広い業務に有効利用できるからです。Zendesk Sunshine なら、一人ひとりの顧客に関して全員で共通認識を持てるようになります。



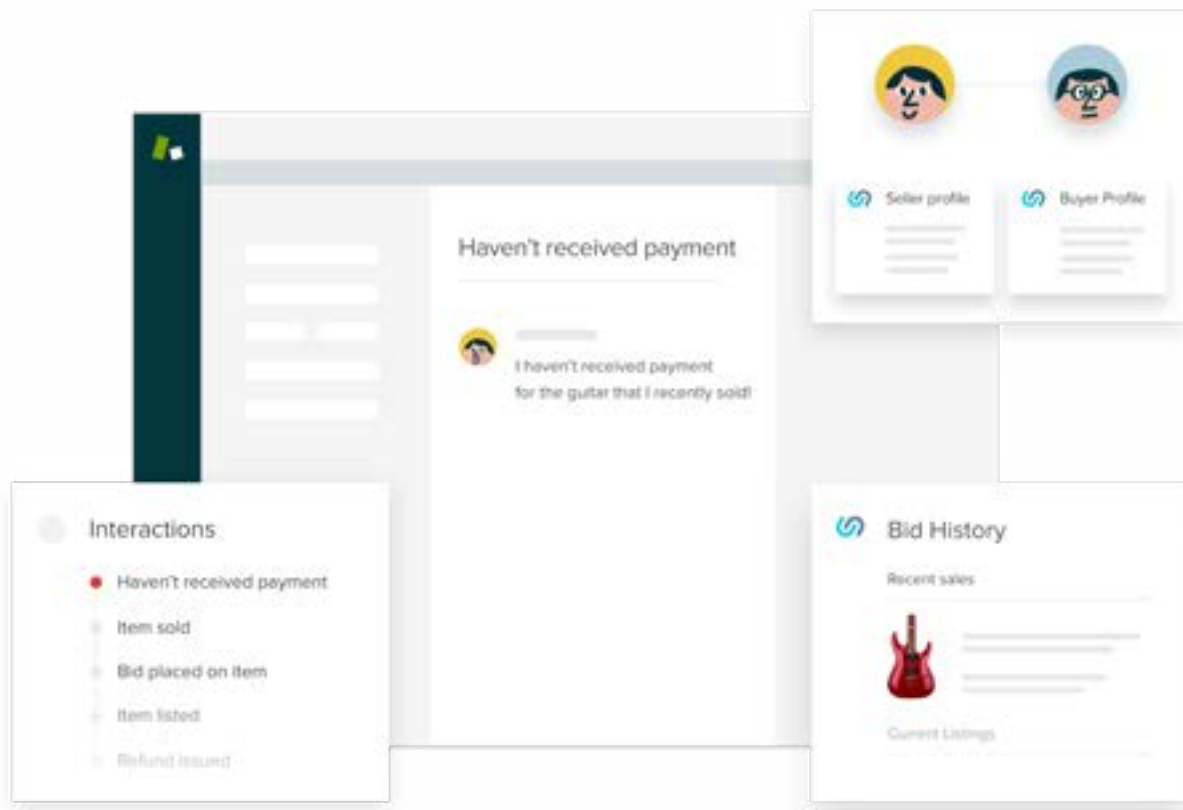


ユーザーとアカウント

アカウント階層と複雑なユーザー関係を管理

BtoBの企業や、多面的マーケットプレイス、複数ブランドを扱う複合企業のように、複雑な顧客関係を持つビジネスの場合、顧客データの保管やモデル化は簡単ではありません。従来のCRMプラットフォームでは、シンプルな対応方法やカスタマージャーニーに合わせて設計された独自データモデルの使用を強いられることが多く、顧客、パートナー、ベンダーといった相手との関係管理が難しくなりがちです。

最先端のCRMプラットフォームには、企業がビジネスのあり方を変えずに展開できる柔軟性が求められます。具体的には、多層アカウントの関係、購入者と販売者間における多面的関係、1人のユーザーの複数のオンラインプロフィール間関係を扱えるような機能が必要です。こうした機能があれば、ユーザーがブランドとやり取りする際に、複数の情報を1人の顧客に関連付けて把握できるため、顧客関係の全体像を捉えやすくなります。



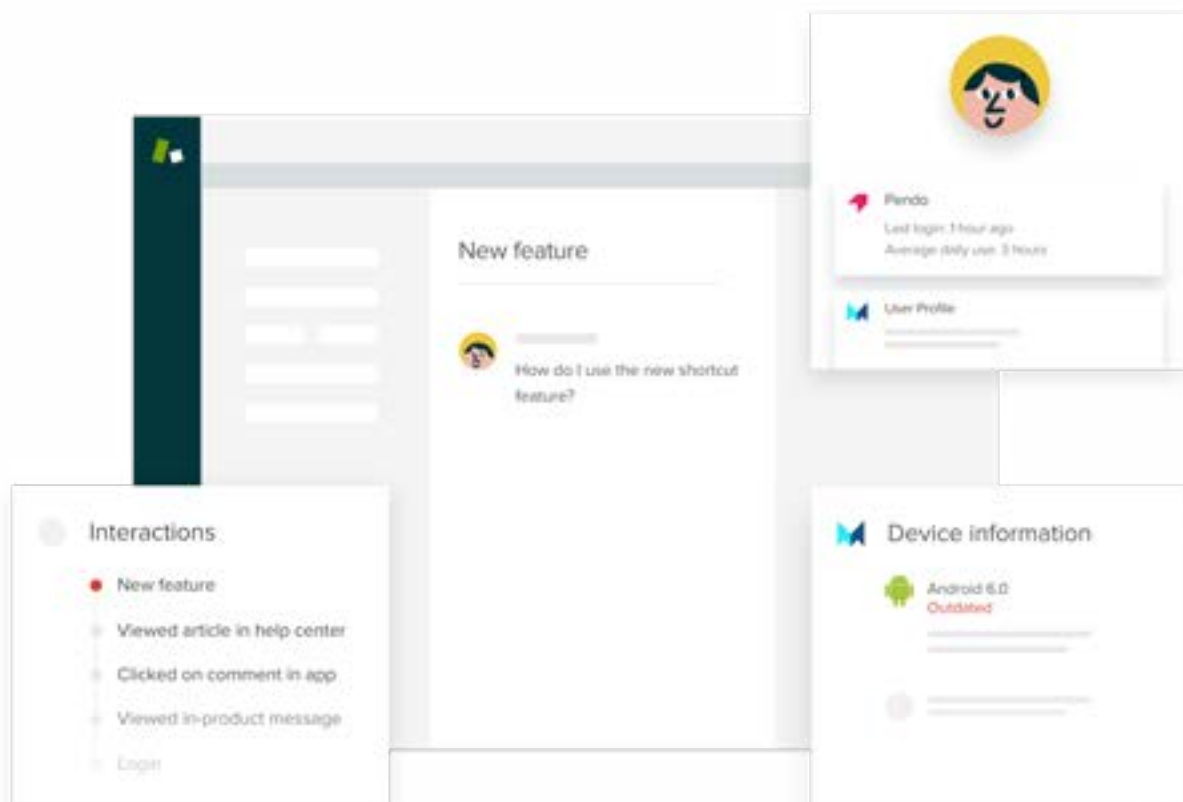


製品のトラブルシューティング

プランの詳細やユーザーのサイト内導線を確認

Web やモバイルでの操作を必要とするデジタル製品やサービスを提供する企業は、オンボーディングやユーザーの行動、機能の使用方法など、ユーザーのあらゆるアクティビティの把握に努めなければなりません。利用状況を可視化すれば、サポートエージェントは、製品のトラブルシューティングを速やかに完結できます。また、製品チームが利便性の向上を図る上で有益な情報を提供できます。

Sunshine はこうした情報をキャプチャしつつ、同時に具体的には、エージェントに対し、ソフトウェアのバージョンやデバイス情報、プランの詳細といった情報を統合的に提示。これにより、顧客が直面している製品の問題をより効率的に解決するための背景情報を得ることができます。また、製品の利用やエンゲージメントを促す取り組みとして、ユーザーをセグメント化し、各セグメントに対して製品内で利用状況に応じたメッセージを表示することも可能です。



「現状を変えたい」と お考えですか？

詳しくはこちらをご覧ください。
zendesk.co.jp/platform/features



zendesk sunshine