

# オムニチャネルエンゲージメントによるカスタマーエクスペリエンスの向上

会話の増加はより良好な関係につながります。これは、生活においても、カスタマーサービスにおいても言えることです。

友達とであれば、Facebookで会話を始めた後に、直接会って会話を続けることは容易ですが、カスタマーサービスでは非常に困難です。顧客の数と使用できるコミュニケーションチャンネルの数、そして顧客が自身のモバイルデバイスでやり取りできる容易性を考慮に入れると、追跡すべきものが大幅に増加します。

統合型のサポートシステムがなければ、顧客との会話はさまざまなツールやソフトウェアに散在するようになり、一貫したカスタマーエクスペリエンスを形成することができません。今日、顧客への応答では、いつどこで顧客が問い合わせたかを追跡し、最後に中断したところからそれぞれの会話を再開することが重要です。

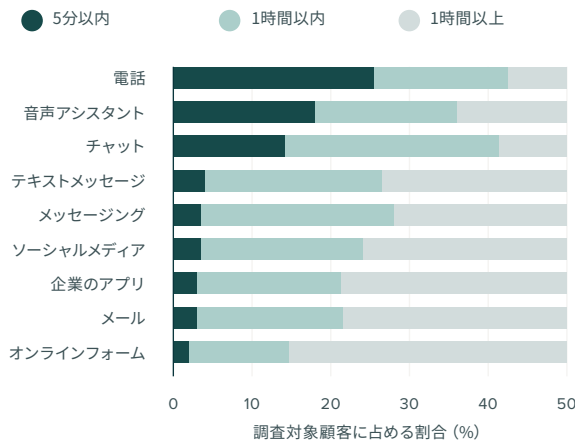
## 変化する好ましいサービスの定義

デジタル経済とテクノロジーの急速な導入により、カスタマーエクスペリエンスは一変しました。消費者はこれまで以上に口コミに頼るようになり、レビューサイトや面識のない人々の意見を信用することも多くなりました。また、購入の前後に企業とやり取りしながら質問をして、それにより決断するようになっています。

より多くの情報を手元に集め、情報に基づき決断を下す、これは素晴らしいことですが、企業の側では消費者からの多数の問い合わせに対応するために、これまで以上に多くのリソースが必要となります。企業が消費者の期待に応えれば応えるほど、消費者の期待も増大します。悩ましく感じるかもしれませんが、消費者の側が、私たち皆がより良いカスタマーサービスを提供できるよう、その水準を引き上げているのです。

[Zendeskカスタマーエクスペリエンストレンドレポート 2020](#)の調査では、顧客ロイヤルティの水準がいかに上昇したかが明らかになりました。消費者は、これまで以上に多くのチャンネルでブランドにアクセスできることを期待しており、顧客エンゲージメントのあらゆる窓口で解決時間の短縮を求めています。

## 応答に関する、チャンネルごとの顧客の期待



メールや電話など、従来型の窓口も引き続き重要ですが、[ベンチマーク調査](#)によれば、許容できる応答時間が短縮していることが明らかになりました。回答者の51%が電話では5分以内に回答が得られることを期待しており、28%がライブチャットでも同様の回答時間を期待しています。ソーシャルメディアやテキストメッセージなど、即座に会話を始めることができる新興チャネルの影響で、メールや電話といった従来型のチャネルでも顧客が迅速な対応をいっそう期待するようになる可能性があります。顧客が貴社に問い合わせる手段を選択する上で、スピードはますます重要な要素になっています。

実際、[調査結果](#)では、顧客の半数が、どの程度すばやい対応が必要であるかに基づきチャンネルを選択し、また半数が、家族や友人とのやり取りに使用しているチャンネルでカスタマーサービスにも問い合わせたいと考えていることが示されています。さらに、顧客の選択するチャンネルで迅速に回答を提供できるかどうかは、顧客満足度と顧客ロイヤリティに直接影響を与えることが調査データで示されています。

しかしながら、顧客の期待にもかかわらず、多くの企業は電話とメール以外のチャンネルを取り入れていません。実際、迅速で容易な主要コミュニケーションチャネルであるチャット、ソーシャルメッセージング、ボット、コミュニティの機能を提供している企業は、全体の[30%未満](#)に過ぎません。

## 大半のCXチームは電話とメール以外のチャンネルを顧客に提供していない

- ナレッジベースを提供しているCXチームは28%にとどまる
- チャット、ソーシャルメッセージング、アプリ内メッセージング、ボット、コミュニティの機能のいずれかを提供しているCXチームは30%を下回る

## CXチームは顧客が望むリアルタイムチャンネルを増やそうとしていない

- 顧客が最も重要視するのは迅速な対応と解決
- ベンチマーク企業の中でオムニチャネルアプローチを採用している企業はわずか35%にとどまる

## チームが顧客の期待に応えることができるよう支援

顧客が望むものを提供することは可能ですが、貴社には顧客に適応し、顧客のニーズ、好み、変わり続ける期待に合わせて変化できるようにするエンゲージメントモデルが必要です。貴社に役立つソリューションも必要です。チケットを解決するのは良いことですが、根本的な問題を突き止めることはそれ以上に重要です。素晴らしいサービスとは、チケットを解決するだけでなく、顧客をより深く理解することです。

顧客への理解を深める良い方法は、問い合わせる手段と時間についての選択肢を提供することです。一部の顧客が電話を好む一方で、別の顧客はセルフサービスに惹かれます。そしてそれ以上の顧客が、選択肢があることを望んでいます。質問の複雑性、ヘルプを見つける上での利便性、そしてどのような顧客で、何をしており、どの程度緊急に回答が必要であるかという背景に基づくと、多くの場合、適切なチャンネルは明らかです。

すべてのチャンネルでシームレスなサービスを提供できれば、もしくは成長に合わせてチャンネルを戦略的に有効化または無効化できれば、あらゆる規模の企業が消費者の期待に応えることができるようになります。問い合わせの手段や時間にかかわらず、顧客が貴社と自然に会話できるようにすることが重要です。これには、すべてのチャンネルを結合する必要があります。そうすることで、エージェントは履歴情報と背景情報にアクセスして継続性のある会話を行い、顧客が期待する迅速で無理のないパーソナライズされたエクスペリエンスを提供できるようになります。

## 顧客の説明するのは一度だけ

顧客が簡単に企業に問い合わせし、ヘルプを得られるのが、素晴らしいサービスの特徴です。しかしながら、複数のチャネルでサポートを提供する多くの企業にとって、これが行き詰まりの原因となっています。さまざまなシステムを使用するさまざまなエージェントが複数のチャネルでサービスを提供すると、顧客は対応するすべてのエージェントに対し、問題点と、問題を解決するために行ったあらゆる手段をいちいち説明しなければなりません。

このようなサポートが長い間実施されてきましたが、もはやこの現状では顧客の期待に応えることはできません。実際、顧客の71%が、同じ話を何度も繰り返さなくても済むよう、企業が社内で連携することを期待しています。

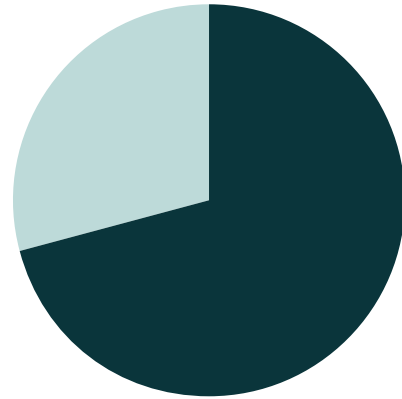
サポートチームが顧客の期待に応えるには、顧客のメール、アカウントタイプ、前回の問い合わせ理由など、顧客との自然な会話に必要な背景情報をエージェントに提供する結合された組織層が必要です。そうすることで、顧客は期待するパーソナライズされたエクスペリエンスを得ることが可能になり、エージェントは同じ質問を何度も繰り返すために時間を費やす必要がなくなります。

顧客は通常、自身にとって最も便利なチャネルでやり取りを開始します。まずヘルプセンターで回答を検索することにより、セルフサービスで開始する傾向にあります。そこからチャットを始める場合があります。チャットに対応するエージェントは、同じ記事を回答で提示することがないよう、顧客がどの記事をすでに読んでいるかを把握する必要があります。エージェントは、カスタマーインテリジェント機能で一元管理されたデータソースによるサポートを受けることで、直感ではなくデータに基づき判断できるようになります。

同様に、アプリにサポートを組み込めば、使用しているバージョンやデバイスを顧客に尋ねる必要はなくなります。エージェントは即座に問題の根底を探ることができるとともに、AIの助けを借りて、顧客がそのやり取りに満足する可能性を確認し、肯定的なエクスペリエンスを確実に提供するための対策を講じることができます。

## 会話をつなげることがより多くのインサイトを導く

繰り返しをなくすことによって生産性が向上するだけではありません。あらゆる窓口における自然な会話の継続性を促進することで、顧客がどこにいても顧客とのつながりを維持し、それぞれのやり取りから情報を拾い集めることができます。



**顧客の71%は、同じ話を何度も繰り返さなくても済むよう、企業が社内で連携することを期待している。**

# Zendesk Support Suite

顧客によってニーズや好みは異なります。同じチャネルを使用し続ける顧客もいれば、日によってチャネルを変える顧客もいます。

Zendeskのフルサービスのエクスペリエンスでは、あらゆる顧客に柔軟性が提供され、自然に会話を開始できるため、成長に合わせてエンゲージメントモデルを再設計する必要はありません。

## 顧客

## 顧客が求めるもの

## Zendeskがどのように役立つか

**「ヘルプが必要ですが、緊急ではありません。」**

適切な時間を経てから返信—顧客の問題が緊急でない場合もあれば、顧客がそのときに会話したくない、またはできない場合もあります。



Zendesk Supportは、すべての製品を統合する中央ハブです。Supportを使用すれば、Webフォームから作成されたメールやチケットに容易に対応し、チケットを追跡し、優先順位付けし、解決することができます。

**「回答は自分で見つけます。きっとどこかにはあるはずですよ。」**

迅速で容易なエンゲージメント—この顧客は、貴社のサイトが質問を予期してFAQを提供していると考えています。



Zendesk Guideを使用すれば、カスタマイズ可能で強力なヘルプセンターを構築し、エージェントがチケットのコンテンツを記事に変換したり、記事をチケットに追加できるようにすることで、平均的なナレッジベースを一歩先へと進めることができます。さらにAnswer Botを使用すれば、実際のエージェントの助けを借りずに、関連する記事を提案することさえ可能です。

**「簡単な質問があります。」**

ほぼ瞬時のヘルプ—この顧客は、チャネルの向こう側にエージェントがいることを知っています。ただし、エージェントが、顧客がどのくらいの時間サイトに滞在していて、どのページやヘルプ記事にすでにアクセスしているかに関する情報を持っていることには気付いていません。



Zendesk Chatを使用すれば、顧客をすぐに質問に回答できるエージェントにつなぐことができるほか、チャットを開始する前の顧客の行動に関する情報も得ることができます。顧客がチャット以外の方法にも目を向けることができるよう、Zendesk Web Widgetがまず検索条件に基づきヘルプ記事を提案し、その後チャットの選択肢を提示できます。ヘルプセンターを検索する手間が省けた顧客は、おそらく必要な内容をチャットウィジェットで容易に見つけることができるでしょう。

**「誰かと話をさせてください。」**

エージェントへ接続—顧客の問題が緊急あるいは複雑な場合もあれば、顧客がどうしても誰かと話をしたいだけの場合もあります。



Zendesk Talkを使用すれば、ヘッドフォンとインターネットだけで相手に合わせたサポートを容易に提供できます。悪戦苦闘しなくても、問い合わせセンターには必要なものがすべて揃っています。

**「便利な方法でサポートに連絡したいです。」**

相手に合わせた簡単な方法によるヘルプ—この顧客は、自身が現在おかれている環境で貴社と連絡をとり、また友人や家族とやり取りする感覚で、貴社とやり取りしたいと考えています。自身のスケジュールに合わせて会話を始め、会話を継続できる機能を求めています。



Zendesk Social Messagingのアドオン機能を使用すると、WhatsApp、WeChat、LINE、Facebook Messenger、Twitterダイレクトメッセージなど、顧客が好むメッセージングアプリで顧客と簡単につながって、そこでの会話をエージェントの統合ワークスペースに取り込むことができます。メッセージングは迅速、個人的、かつ匿名であるため、顧客は都合の良いときに会話を開始し、終了することができます。



## Zendeskでできること

[Zendesk Support Suite](#)は、さまざまな方法でビジネス目標を達成できるよう支援します。すぐに使用を開始でき、考えつくほぼどのような設定も可能です。

Zendeskのフルサービスのエクスペリエンスにより、ワールドクラスのサービスを最初から提供可能なサポート組織を設置できます。

### チャンネルを問わず顧客と自然に会話

顧客が貴社と私生活と同じ感覚で自然に会話できるようにする機能は、必ずしも複雑であったり、高価であったりする必要はありません。接続性を備えたサポートシステムを使用すれば、サポート組織は顧客の履歴と貴社とのエクスペリエンスに関する情報を詳細かつ瞬時に把握できます。チャンネルを横断したやり取りがすべてZendeskに取り込まれるだけでなく、シームレスなサポートエクスペリエンスをWebサイトやモバイルアプリに統合できるため、顧客はヘルプを求めてさまよう必要がなくなります。

### あらゆるすべてのチャンネルを運用可能に

Zendesk Developerプラットフォームを、どこでも対応できるチケットと考えてください。オープンAPI、App Framework、またはChannel Frameworkを使用して、強力なインテグレーションを確立し、内部ツール、専有ツール、外部ツールから、またはYelp、Reddit、人気のあるソーシャルメディアサイトなどの評価サイトやレビューサイトから、顧客とのやり取りを容易に取り込むことができます。また、Zendeskの[アプリ・マーケットプレイス](#)を使用して、人員管理やエージェントの生産性向上などの目的で数百のツールを統合したり、オープンで柔軟なCRMプラットフォームである[Sunshine](#)を使用して、外部ソースからのデータを接続して理解したりできます。

### データから実行可能なインサイトを引き出す

チャンネルを横断した継続的な会話により、全体像と顧客との詳細なやり取りを容易に把握することができます。Zendeskは、顧客がヘルプを求める前にアクセスしていたサイト、ヘルプセンターで使用した検索用語、リクエストを送信したデバイスなどの情報をあらゆるやり取りから取得します。

[Zendesk Explore](#)では、あらゆるチャンネルのデータが統合されるため、スレッドを見失うことなく顧客とブランドとのやり取りを数値化できます。また、分析結果をチーム間で共有することにより、インサイトの質を全体的に高めることができます。解決内容ごとに区分した問題に対する初回の返信時間から、顧客満足度 (CSAT) を徐々に向上するために必要な測定基準を追跡できます。また、豊富な背景情報により、データに基づくビジネス上の判断をリアルタイムに自信をもって下すことができます。さらに、各顧客とのやり取りは蓄積されるため、期待値を評価することや、将来的な好みや満足度を予測することさえも容易になります。

**詳細にパーソナライズされたエクスペリエンスを提供**  
オムニチャネルをサポートする時代が到来したことによって、統合されたカスタマーエクスペリエンスの提供はより複雑になりました。一方で、顧客はサポート側が抱えている課題には関心がありません。顧客が3つの異なるチャネルで同じ説明を3回繰り返さなければならないとしたら、貴社に好印象を持ったままやり取りを終えることはおそくないでしょう。

エージェントは、背景情報を通じて、パーソナライズされた対応を迅速に行うために必要な関連情報を把握できるため、顧客が問い合わせを行うたびに自己紹介を求めたり、前回の問い合わせ理由を確認したりする必要はありません。エージェントには、「顧客情報カード」と「会話履歴」を通じて背景情報が提供されます。顧客情報カードには、現在サポートしている顧客に関する詳細が表示され、会話履歴では、これまでの顧客イベントをすべて確認できます。

### **ナレッジベースに貢献できるようチームを強化**

ほとんどの顧客は、自力で問題を解決することを望んでいます。顧客の69%は、できる限り自力で問題を解決したいと考えており、63%は、問題が発生したときは常に、あるいはほぼ常に、企業のオンラインリソースをまず検索します。[Zendesk Guide](#)を使用すれば、エージェントはナレッジに関するフィードバックを提供し、承認されたコンテンツだけが公開されるようにし、記事の作成と維持に適切な人々が関与するようにレビューをスケジュールすることができます。そうすることで、顧客が期待するセルフサービスエクスペリエンスを生成できます。

### **AIを使用してスマートで迅速な回答を提供**

[最近実施されたZendeskの調査](#)によると、成功、AIの使用、セルフサービスの間には説得力のある関連性が見つかっています。AIの助けを借りれば、人間に可能なスピードよりも速く、顧客が必要とする回答を提供できます。

Zendesk Guideの機能であるAnswer Botでは、時間とともに向上する深層学習モデルを使用しています。Answer Botは、回答を自動的に提供し、簡単に反復的な質問を容易に処理できます。これにより、チームは時間のかかる質問やタスク、トラブルシューティング、相手に合わせた対応に集中できます。さらに、Answer Botと同じ機械学習を活用する[Zendeskのコンテンツキュー](#)を使用すると、機械による記事の提案によって、ヘルプセンターにおける欠陥を特定できます。

### **エージェントに統合ワークスペースを提供**

あらゆる場所で発生している会話を一度に管理するのが複雑であることは事実です。[Zendeskのエージェントワークスペース](#)で、メール、チャット、電話、メッセージングなどのサポートチャネルを一箇所に統合する機能を提供しているのはそのためです。この機能は会話スレッドを提供します。会話スレッドは、顧客がいつ、どのチャネルで問い合わせしたかを特定する上で必要な関連の背景情報をエージェントに表示します。また、エージェントは好みのチャネルや会話に最も適したチャネルで顧客に対応できます。

## Zendeskの顧客事例



### Evernote

Zendesk Support、Zendesk Guide、Zendesk Chatを使用して、差別化されたサポートをフリーミアム顧客とビジネス顧客に提供しています。Salesforceとのインテグレーションをはじめ、Zendeskのアプリ・マーケットプレイスからのインテグレーションも使用しています。30の言語でセルフサービスのコンテンツを提供するEvernoteは、世界中の顧客にサービスを提供していますが、Zendesk Guideにより17%のチケット削減率を達成しました。



### Spartan Race

Zendesk SupportとZendesk Guideを使用し、Zendesk Chatによるプロアクティブなチャットを追加することで、売上を27%増加させました。Spartan Raceはまた、Zendesk SupportをソーシャルメディアおよびShopifyと統合することで、サービス、ソーシャル、eコマースの顧客データを一元管理しています。



### Naturebox

Zendeskの統合型ソリューションを使用してオムニチャネルサポートを提供しています。同社は、Zendeskの導入を小規模に開始し、独自のペースで拡張しました。2013年にZendesk Supportから開始し、2015年にZendesk GuideとZendesk Chatを、2017年にZendesk Talkをロールアウトしました。すべてのチャネルが接続された現在は、電話による問い合わせ件数が60%減少し、CSATが向上し、1か月の平均である19,000チケット全体で、チケットあたりの解決時間が60秒短縮されました。



### Cleverbridge

Zendesk SupportとZendesk Guideを通じてグローバルなサポートを提供し、Zendesk APIを使用してSupportを拡張しました。Zendeskのソリューションを使用することで、cleverbridgeは規模を拡大することができ、Zendesk GuideのAnswer Bot機能により、24%のチケット削減率を達成しました。

# 未来はここにあり 今すぐ行動を

サポート組織のニーズが何であろうと、Zendesk Support Suiteを使用すれば、チームは長期的な視点を持つことができます。

チームはキューにとらわれずに、顧客の維持、ショッピングカートの放棄率、全体的な顧客満足度に集中できます。顧客側は、好みのエンゲージメントスタイルで貴社とやり取りし、生涯にわたる関係を貴社と築き始めることができます。

顧客との複数回にわたる複数チャネルでのやり取りは、データが示してくれます。顧客は途中でやり取りの方法を変えることもできます。Zendeskのフルサービスのエクスペリエンスでは、サポートチームも会話を見失うことなく、チャネルを変更できます。

Zendesk Support Suiteを使用すると、顧客がどこからアクセスしているかにかかわらず、自然に会話できる柔軟性が実現するため、いつでも顧客に合わせて成長し、拡張できるようになります。Support Suiteによって、ビジネスの成長に合わせてカスタマーサービスを拡張および改良するために必要なインフラストラクチャが提供されるため、たとえ1つのチャネルから始めることを選択しても、広い視野を持つことが可能です。

Zendeskには解決策があります。Zendesk Support Suiteを詳しく知るために、[無料トライアルを今すぐ開始してください](#)。