



Customer Satisfaction: Your Organisation's Most Valuable Asset

企業が、あらゆる顧客の満足度向上に 取り組むべき理由

利益率、売上高成長、客単価よりも重要なビジネス指標となっているのは、質の高いカスタマーサービスです。効率的かつ効果的なコンタクトセンターを運用することが、顧客満足度を上げるために最も重要です。

購入者のおよそ3分の2は、購入決定で重視するのは、価格よりも取引中の体験だと述べています。ですから、企業は顧客満足度を軽視できません。

顧客体験は、企業と顧客間のさまざまなタッチポイントで築かれるものですが、コンタクトセンターは、最も重要な役割を持つ推進力として期待されています。つまりエージェントには、途切のない双方向的な顧客体験を提供し、問い合わせに効率的に対応するという、今までにない方法で顧客満足度とエンゲージメントを改善するチャンスが数多くあるということです。

64%

の人々が

価格よりも顧客体験を
重視しています¹



従来では、企業側が顧客問い合わせの受付時間を設定し、さらに連絡方法は電話かメールに限定されていました。しかし現在は、顧客が主導権を握っています。多様なコミュニケーション・チャネルを持たない企業や、受付時間を月曜日から金曜日の9時から17時に限定している企業は、もはや顧客を満足させることはできません。企業は顧客が求める多様なコミュニケーション手段を用いて、24時間体制で対応する必要があります。顧客の73%は、気軽にやりとりができることが、顧客体験の印象を決める最も重要な要素だと述べています。しかし、企業のコンタクトセンターの80%は、現在のコミュニケーション手段では将来的に顧客のニーズに応えることができなくなると考えています²。



多くの企業が抱える主な課題の一つに、予想外の需要拡大で問い合わせが急増した場合の対応があげられます。極めて不安定な需要にフレキシブルに対応するために、コンタクトセンターをすぐに拡張できる状態に整えていないような企業の場合、顧客が企業の助けを一番必要とするような時に、顧客満足度を低下させてしまう可能性があります。

さらに、自社のウェブサイトやテクノロジー、コミュニケーション・チャネルがどれだけ優れていても、企業には現在、一貫した顧客体験を提供できるようにサービスを変化させていく必要があります。優秀なエージェントが複数の拠点に不均衡に配置されている場合、前代未聞の大量の問い合わせが来た際に、適切な対応ができないことがさらに深刻になります。



そのような課題に取り組み、現代の顧客の期待に応えるために、クラウドベースのソリューションを活用してコンタクトセンターに必要な環境を整える企業が増えています。クラウドテクノロジーには、オンデマンドでの拡張性があり、需要の規模に関わらず、企業があらゆるデジタルチャネルでフレキシブルに顧客対応することが可能になります。このアプローチによって外部情報システムとの同期がスムーズになり、あらゆるやりとりが効率的に行われ、さらに無駄な遅れが発生して一次解決率を低下させるような事態が回避できます。

クラウドプラットフォームではさらに、他のテクノロジーとの連携を従来以上に円滑に行うことが可能で、顧客体験がさらに最適化されます。例えば、AIの持つ新たな可能性を利用すれば、多くのやりとりを自動化することができます。それによりコンタクトセンターのエージェントの負担を軽減し、同時に顧客満足度も向上させます。AIが高度な顧客行動解析や行動予測の土台を築くことで、企業は先を予想し、積極的に顧客満足度を向上させていけると考えられます。