



> データファースト

カスタマー・データ・プラットフォームへの基本ガイド

▶ カスタマー・データ・プラットフォームの概要



顧客データは、企業・組織の最優先事項です。パーソナライズされた顧客とのコミュニケーションからデータに裏打ちされたAI自動化まで、データは優れた顧客エクスペリエンス(CX:Customer Experience)を推進します。その優れたCXの中心にあるのが、カスタマー・データ・プラットフォーム(CDP:Customer Data Platform)です。

「CDP」という言葉は聞いたことがあるかもしれませんが、その意味をご存じないかもしれません。カスタマー・データ・プラットフォームは単なるデータベースではなく、データ集約レイヤーです。つまり、複数の記録システム、顧客関係管理(CRM:Customer Relationship Management)システム、カスタマージャーニーマッピング、ナレッジ管理を1つの標準化された形式にまとめるものです。

CDPIは、ビジネスにさまざまなメリットをもたらします。

- **効率性の向上** - CDPIはデータのサイロ化を解消します。
- **データセキュリティとコンプライアンスの向上** - CDPIは、顧客データがCCPA/GDPRに準拠していることを担保します。
- **卓越したCX** - CDPIはリアルタイムのパーソナライゼーションを可能にし、各顧客に合わせたやり取りを実現します。
- **将来を見据えた組織** - CDPIは、人工知能やIoTデバイスなどの新しいテクノロジーを構築するための標準化された基盤を作成します。

CDPIは、企業・組織のデータ処理方法を変革します。このホワイトペーパーでは、CDPの機能、既存のビジネスプラクティスとの統合方法、企業・組織にもたらすメリットについて詳しく説明します。これは、カスタマー・データ・プラットフォームの包括的なガイドです。



バックオフィスにとって、CDPは効率を意味します。より多くの時間を節約し、より多くの仕事をこなすことを意味します

> CDPの実践



CDPIは、統一され標準化されたIT資産の基盤を提供します。CDPを採用する企業には測定可能なメリットがあります。顧客データを扱う専門家の3分の1以上が、重要な顧客情報が組織内でサイロ化されていると述べており、顧客エンゲージメントにデータを十分に活用できていないと不満を持っています。¹ 顧客エンゲージメントのためにデータを活用する能力は、CDPの主要なスーパーパワーの1つです。CDPの使用事例の65%は、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重点を置いたフロントオフィス業務です。²

優れたCXは包括的な顧客データに基づいています。顧客の統合的なビューはCDPの最も重要な利点の1つであり、専門家の88%がこれを主な利点として挙げています。顧客分析とレポートが54%でそれに続き、複数のプラットフォームの統合が49%で続きました。³

CDPの将来は明るいです。顧客の81%は、組織がAIを使用して自動的にコミュニケーションをパーソナライズすることに賛成しています。⁴ 専門家の60%は、CDPによって今後12か月以内にCXをAIとインテリジェント・オートメーションで完全に管理できるようになると考えています。⁵

カスタマー・データ・プラットフォームは、特に顧客対応活動に関して、企業に真の価値を提供しています。ただし、CDPIは総合的なシステムであり、影響を受けない組織はありません。CDPの効果を真に理解するには、各ユースケースを詳細に調べる必要があります。

¹ TreasureData.com, Customer Data Maturity

² CDP.com, Latest CDP Industry Statistics from Industry Leaders

³ CDP Institute, CDP Institute Member Survey 2021

⁴ CDP.com, Report: Consumer Perspectives on AI in Marketing

⁵ CDP.com, Latest CDP Industry Statistics

> 顧客対応のCDP



87%

顧客の87%は、個人データを何度も繰り返し入力させられるとイライラします。⁶



71%

顧客ロイヤルティが高く感情的に結びついた顧客の71%は、他の人に企業を推奨する可能性が高くなります。⁷

顧客とのやり取りの成否は、最初の数秒で決まります。顧客が人間のエージェント、自動チャットボット、またはセルフサービスチャネルのいずれに接続するかに関係なく、すぐに個人的なつながりを築くことが不可欠です。顧客の65%は、ブランドとの素晴らしい体験は優れた広告よりも重要であると考えています。⁶顧客ロイヤルティが高く感情的に結びついた顧客は、他の人に企業を推奨する可能性が71%と高いことに異論を唱えるのは難しいでしょう。⁷

チャネルに関係なく、即時につながりを築くには、顧客データと瞬時のパーソナライゼーションが必要です。CDPIは、組織の知識を「民主化」することでパーソナライゼーションを可能にします。顧客データやその他の関連情報が、優れた体験を保証するために必要な場所に提供されます。それがブラウザベースのインターフェイスを介してエージェントに提示されるか、自動やり取りをサポートするためにマシンエージェントに入力されるかに関係なく、データはカスタマージャーニーのすべての段階を導きます。

顧客の87%は、個人データを何度も繰り返し入力させられるとイライラします。⁶エージェント(人間または機械)が、顧客の情報、問い合わせの理由、過去のやり取り履歴を把握していれば、顧客の問い合わせを可能な限り迅速かつ効果的に解決することができます。

CDPIは、ビジネス全体からデータを1か所に集めます。このデータを単一のエージェントインターフェイスに取り込むことで、優れた顧客対応を実現できます。CXへのプラスの影響は多岐にわたります。優れたエクスペリエンスは顧客ロイヤルティを生み出し、顧客ロイヤルティはビジネスのレジリエンス(回復力、しなやかさ)を測る最も正確な指標です。

CDPIは主にCXで使用されますが、それだけではありません。バックオフィスにもメリットがあります。

⁶ Content Guru, 2022 Customer Experience Statistics

⁷ ibid

⁸ ibid

＞バックオフィス向けCDP



従業員は通常、アプリを切り替えるために年間32営業日を失っています。⁹この原因の1つとして考えられるのは、データのサイロ化です。重要な情報が複数のシステムに分散していると、従業員はそれを探すのに時間がかかります。

CDPは、この重要なデータをすべて1か所に集めます。フォーマットを標準化することで、新しいデータを入力し、既存のレコードへのアクセスが容易になります。従業員は、複数の重複する記録システムに苦勞するのではなく、単一のアクセスポイントを使用してIT資産の隅々までアクセスできます。

このオーケストレーションは、顧客データに直接関係する役割に明らかに適用できます。保険会社は、何百万もの個別のポリシーと何千もの顧客クレームを常に管理する必要がありますが、CDPを使用して、これらすべてのデータにすぐに簡単にアクセスできるようにしています。申請書、書類、その他の重要な管理プロセスを処理する公共部門の組織も、CDPを通じて何千時間もの時間を節約できます。市民がオンラインフォームに記入するときに、CDPで事前にデータが入力されていると、セルフサービスプロセスが高速化されます。

バックオフィスにとって、CDPは効率を意味します。時間の節約と作業量の増加を意味し、すべての記録システムに対する単一の安全なアクセスポイントを意味します。そして、これらすべてに加えて、ITシナジーを生み出します。

⁹ Forbes, Workers Waster 32 Days a Year



「モノのインターネット」
に対応したCXとAIは、コ
ンタクトセンターに前例の
ない効率をもたらしていま
す。CDPはこれらすべてを
可能にします。

> ITシナジーを簡単に実現

「ITシナジー」とは何を意味しているのでしょうか?それは、アクセスしやすく、標準化され、互換性があり、エバーグリーン(常に最新)なIT資産を意味します。組織のITシステムは、誰でも使用できるものでなければなりません。各プログラムは、他のプログラムとシームレスに動作する必要があります。従業員は、拠点間でデータを転送するためだけに専門的な技術知識を持つ必要はありません。ITシナジーとは、新しいプログラムをシームレスに導入する能力も意味します。新しいプログラムを既存のシステムに統合することは、技術的な挑戦であってはなりません。

CDPIは統合から始まります。すべてのアプリケーションがデータをフィードするレイヤーを提供し、あらゆる形式のデータへの単一のアクセスポイントを提供します。新しいプログラムが導入されると、API統合によって既存のシステムにスナップされ、作業時間と技術的専門知識が節約することができます。

これは、複数の異なるソースから収集されたデータに依存する業界で特に役立ちます。たとえば、医療では、地理的に離れた様々なソースからの、様々な保存形式の医療データを患者の記録に利用します。病院と医師は、どこからでも効果的な医療を提供するために、個々の組織を超えてデータを共有する必要があります。医療では、ITシナジーが命を救います。



ITシナジーの利点

- 従業員の時間を節約。
- 形式やソースをまたいで統合されたデータ。
- 顧客体験を安全に活用するパーソナライズされたインタラクション。

> AIとCDPの**将来**



CDPIは、エバーグリーン(常緑)な顧客コンタクトに不可欠な機能です。つまり、テクノロジーと共に進化するCXエコシステムであり、組織が常に最先端であることを担保します。

人工知能(AI:Artificial Intelligence)は、顧客コンタクトに革命をもたらします。日常的で平凡な問い合わせの自動化から、カスタマイズされたスクリプトの提案によるエージェントのサポートまで、大規模言語モデル(LLM:Large Language Model)はCXの範囲を広げてきました。ただし、すべてのAIシステムにはデータ、特に一貫性があり相互交換性のある形式のデータが必要です。カスタマー・データ・プラットフォームは、AIモデルのトレーニングを開始するのに最適な場所です。

AIは、顧客とのコミュニケーションを変革するだけの次世代テクノロジーではありません。スマートデバイスはますます普及しており、コンタクトセンターの運用にとってますます重要になっています。たとえば、公益事業部門では、スマートメーターは、顧客とエージェント間のやり取りを必要とせず、使用量データを直接記録システムに入力するためによく使用されます。CDPIは変換レイヤーとして機能し、スマートデバイスからのデータを単一の標準形式に変換して、簡単に保存およびアクセスできるようにします。

モノのインターネット(IoT)対応のCXとAIは、コンタクトセンターに前例のない効率をもたらします。CDPIはこれらすべてを可能にします。

> storm®顧客データプラットフォーム



ディープ・インテグレーション

stormは、何百ものサードパーティ情報システムにリンクし、レガシーアーキテクチャを統合して、カスタマーサービスエージェントが情報に基づいたパーソナライズされたやり取りを大規模にリードできるようにします。



オムニチャネルコミュニケーション

stormは、単一のクラウドプラットフォームとアーキテクチャを通じて、あらゆる規模の組織に、音声、メール、ビデオ、Webチャット、ソーシャルメディアなど、あらゆるチャネルでシームレスな顧客エンゲージメントを実現する機能を提供します。



インテリジェントオートメーション

brainは、Content Guruの人工知能ツールキットであり、自然言語処理、画像認識、自動分析などの最先端のAIテクノロジーと、市場をリードするstormクラウドコミュニケーションを融合しています。

カスタマー・データ・プラットフォームは、コンタクトセンターに必須です。Content GuruのクラウドベースのCXソリューションであるstorm®を使用すると、CDPを組織に簡単に組み込むことができます。

storm CKS®は、Content Guruのカスタマー・データ・プラットフォームです。既存またはカスタムな統合を通じて、サードパーティの記録システムからCKSにデータをプッシュおよびプルできます。また、「デジタルカスタマー」からデータを取得することもできます。たとえば、ヘルスケア分野では、storm CKSは「バーチャル病棟」のバックボーンとして機能し、病院の電子患者記録(EPR)とウェアラブルスマートデバイスによって生成された情報とを仲介し、コマンドセンターのヘルスケア専門家によるアクションをトリガーします。ユーティリティセクターでは、stormにより、プロバイダーは顧客のスマートメーターを通じてエネルギーネットワークの状態を確認し、エンジニアを派遣する前に報告された障害を確認できます。

stormの豊富な機能は、CXのあらゆる側面をカバーします。storm CONTACT™は、Content GuruのクラウドベースのCXプラットフォームです。99.999%以上の可用性と比類のない拡張性を備えたstormを使用すると、いつでも、どこでも、どのような方法で顧客が連絡を取ったとしても、常に対応できます。すべてのエンゲージメントチャネルがDTA®と呼ばれるエージェントインターフェイスに取り込まれ、やり取りは顧客データのスクリーンポップによってサポートされます。

brain®は、Content GuruのAIツールキットであり、インテリジェント・オートメーションのパワーをもたらします。ボタンをクリックするだけで、storm Machine Agent®を追加し、顧客がセルフサービスで会話をCDPIにシームレスに書き起こしたり、IoTデバイスと自動的に対話したりできるようにします。CDPIは、エバーグリーン(常緑な)CXの基盤です。Content Guruでその可能性を解き放ちましょう。



Rakuten
Communications

<https://connect.rakuten.co.jp/storm/>

※このレポートは、最先端のイノベーションで最高のカスタマーエンゲージメントと
カスタマーエクスペリエンスを実現するContent Guru,Ltd.が作成したものです。