



## ▶ カスタマージャーニーのマッピング

カスタマージャーニーマッピングがビジネスの秘密兵器である理由

## ＞ カスタマージャーニーのマッピング



自分のビジネスを知り、顧客を知れば、すべてのカスタマーコンタクトの結果を知ることができます。コンタクトセンターでは、情報が力であり、顧客に関する情報は何よりも強力です。

「カスタマージャーニー」という概念は、その情報を価値あるものにします。カスタマージャーニーとは、顧客があなたのビジネスをたどる道筋のことです。顧客が初めてあなたの組織に出会った瞬間から、販売プロセス、日々のサポートに至るまで、すべての接点がカスタマージャーニーの一部です。

今日、ビジネスは顧客エクスペリエンス(CX:Customer Experience)に基づいて競争しています。顧客はあなたのビジネス自体を気にしていません。顧客が気にしているのは、あなたのビジネスがどのような気分を与えてくれるかです。

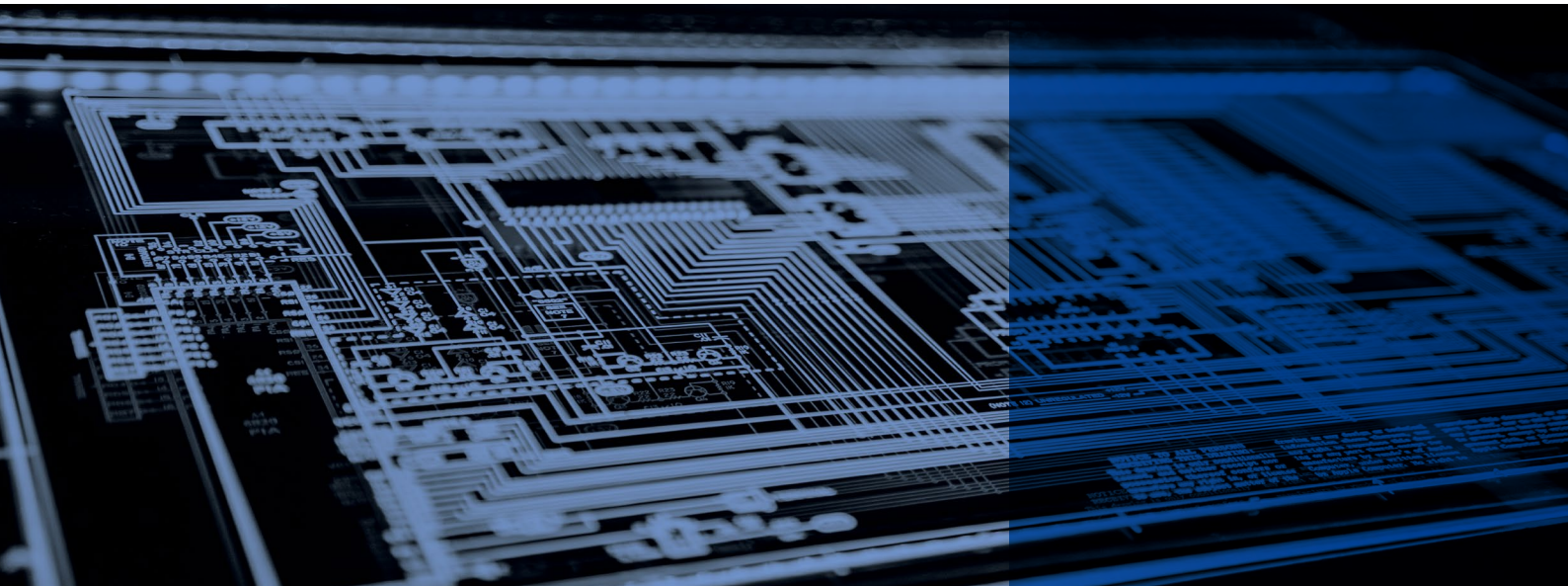
優れた顧客エクスペリエンスを生み出すには、カスタマージャーニーを深く理解する必要があります。各接点のステージ、考えられる問題点、各ステージでの顧客の反応を特定する必要があります。この出発点から、カスタマージャーニーの再設計を開始できます。顧客を満足させ、リピーターになってもらえるような体験に変えていきます。

このホワイトペーパーでは、カスタマージャーニーのマッピングを開始する方法について説明します。理想的なジャーニーとはどのようなものかを説明し、そのジャーニーの合理化・効率化を容易にするCXテクノロジーについて説明します。

“

顧客はあなたのビジネス自体を気にしていません。顧客が気にしているのは、あなたのビジネスがどのような気分を与えてくれるかです。

## > データ駆動型ジャーニー



カスタマージャーニーをマッピングするには、顧客から始める必要があります。最初の、そして最も重要な事実は、すべての顧客がユニークであるということです。その結果、さまざまなカスタマージャーニーが存在します。コンタクトセンターでは、多様性を前提に計画し、複数のカスタマージャーニータイプをマッピングして、すべての接点が合理化・効率化されるようにする必要があります。

これを行うには、まずオーディエンスをさまざまな顧客ペルソナ、つまり顧客ベース内の重要な集団にセグメント化する必要があります。これらの顧客セグメントには、関連する典型的なユーザー行動を伴うことがよくあります。一部の顧客はより実践的なサポートを必要とし、一部の顧客はより弱い立場であるため、待ち行列で優先する必要があります。セルフサービスを好む人もいれば、エージェントのサポートを必要とする人もいます。

顧客ベースのセグメントを特定するには、柔軟なレポートソリューションが必要です。あらゆるコンタクトチャンネルから、能動的または受動的に顧客データを収集できる必要があります。これを行うには、さまざまなCX指標を活用する必要があります。

最初の指標は、正味推奨者比率(NPS:Net Promotor Score)です。これは、顧客に「当社のビジネスを他の人に推奨する可能性はどのくらいですか?」と尋ねます。この質問により、顧客のあなたのビジネスに対する意見がわかるだけでなく、積極的にあなたのビジネスを推奨する人と積極的に非難する人を区別できます。

NPSの次に、顧客努力目標(CES:Customer Effort Score)は、顧客が問題の解決に至るまでに費やした労力を報告するよう求めます。この指標は、CXに直接関連するフィードバックを提供し、カスタマージャーニーの問題点を特定するのに役立ちます。顧客が待ち行列に閉じ込められていることに気付いた場合、問い合わせ対応後にCESを測定すると、顧客の不満が明らかになります。顧客があなたのデジタルチャンネルが複雑でアクセスしにくいと感じた場合、CESもそれを示します。



これを行うには、まずオーディエンスをさまざまな顧客ペルソナ、つまり顧客ベース内の重要な層にセグメント化する必要があります。これらの顧客セグメントには、関連する典型的なユーザー行動を伴うことがよくあります。

## > AIベースのメトリクス

顧客が電話をかけ、エージェントが電話に出るやいなや、会話が文字起こしされます。何千もの通話でトレーニングされたこのような人工知能(AI:Artificial Intelligence)搭載の文字起こしは、低品質の回線であってもすべての単語を正確に記録します。文字起こしされた文は品質管理(QM:Quality Management)テストにかけることができ、エージェントが顧客に重要なコンプライアンスステートメントを読み上げているかどうかを自動的にチェックします。

会話は感情分析の対象にもなります。感情的なコンテキストに基づいて各単語に等級を付けることで、このツールは対話の全体的なトーンを評価できます。生成AIは、この洞察を簡単にアクセスできる形式で要約したり、画面上のプロンプトやスクリプトの提案をエージェントに提供するために使用できます。現代のコンタクトセンターでは、顧客に直接連絡してアンケート疲れを引き起こすリスクを負うことなく、このすべての情報を自動的に収集できます。





## ＞ フェーズとタッチポイント



必要なデータを入手したら、顧客ベース内の重要なセグメントの特定を始めることができます。これらのセグメントはそれぞれ異なる方法であなたのビジネスにアプローチします。若い顧客はデジタルチャネルを使用して連絡を取る傾向があり、年配の顧客は音声を好みます。フィードバックと自動収集したデータを顧客プロフィールと照合することで、行動の基準となるプロフィールの構築を始めることができます。

これらのプロフィールを準備したら、カスタマージャーニーのマッピングプロセスを開始できます。カスタマージャーニーは、大まかに「フェーズ」と「タッチポイント」に分けることができます。「フェーズ」は、顧客が最初にあなたのビジネスに気付いた瞬間から、販売後に提供する日常的なサポートまで、接点のさまざまな段階を表します。「タッチポイント」は、物理的および仮想的にあなたのビジネスと顧客が接触する瞬間です。

多くの場合、最も重要なフェーズ(ビジネスモデルによって異なります)はカスタマーサポートです。顧客に継続的なサービスを提供する場合、ビジネスの成功は、顧客がどれだけ簡単に連絡できるかにかかっています。連絡を取るプロセスが不必要に複雑で、顧客に高品質のサービスを提供できない場合、顧客は競合他社に行ってしまいます。タッチポイントは簡単に見つけてアクセスできる必要があり、更に最も重要なことは、タッチポイントを最も活用する顧客セグメントに合わせてタッチポイントを適応させる必要があります。

カスタマージャーニーをマッピングしたら、お疲れ様でした!もう一度やりましょう。顧客が持つかもしれないさまざまな問い合わせに対応して、さまざまなカスタマージャーニーがあります。たとえば、保険会社では、顧客が可能なプランについて問い合わせたり、既存のプランの詳細を確認したり、自宅住所や銀行口座情報などの顧客データを変更したり、プランを更新したり、請求するために連絡してくることがあります。これらのジャーニーはそれぞれ異なるタッチポイントを使用します。たとえば、顧客データの確認は、オンラインまたはアプリ経由で行うのが最も効果的です。一方、請求は通常、顧客の実用的ニーズだけでなく感情的ニーズにも対応できる訓練を受けたエージェントが処理するのが最善です。

## > storm®でカスタマージャーニーを設計する



### 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。



### オムニチャンネル・コミュニケーション

storm®は、単一の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、あらゆるチャン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

Content Guruはbrain®を通じて、storm®ユーザー向けに生成AIテクノロジーの根底にある複雑さに対処し、導入の障壁を取り除き、セクターや規模に関係なくあらゆる組織が広く利用できるようにすることで、テクノロジーを「民主化」します。

カスタマージャーニーをマッピングしたら、設計プロセスを開始する準備が整います。これは難しいように思えるかもしれませんが。多くのコンタクトセンターソリューションでは、小さな変更にも高度な技術知識が必要です。storm®を使用すると、カスタマージャーニーの設計はドラッグアンドドロップするのと同じくらい簡単です。

storm FLOW™はContent Guruの次世代サービスデザイナーであり、優れたカスタマージャーニーをマッピングして構築できます。IVRを設計し、チャットボットを組み込み、チャンネル間で顧客を移動させるなど、さまざまなことができます。何百もの異なるドラッグアンドドロップモジュールと簡単に習得できるインターフェイスにより、カスタマージャーニーの設計がこれまでになく簡単になりました。

すでに述べたように、カスタマージャーニーはデータに基づいて構築されません。storm VIEW™はContent Guruのスマートレポートスイートであり、カスタマージャーニーをマッピングするために必要なすべてのデータにアクセスできます。データがアンケートから取得されるか、受動的に収集されるかに関係なく、CXエコシステムのあらゆる側面をカバーする柔軟なカスタムレポートを作成できます。storm ASK™を使用すると、オムニチャンネルのアンケートがこれまで以上に簡単になり、あらゆるコミュニケーションチャンネルで簡単に完了できる親しみやすいアンケートを作成できます。

スムーズなジャーニーは、ビジネスの成功に不可欠です。Content Guruを使用すると、優れたカスタマージャーニーを簡単に設計できます。



**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。