

顧客とのすれ違いをなくすために

カスタマーサービスソフトウェア開発会社Zendesk(ゼンデスク)は6月28日、旅行流通・顧客対応セミナーを開催した。世界と日本の旅行流通最新トレンドのほか、オムニチャネル時代のカスタマーサポートの重要性などについて紹介した。

■ プレゼンテーション

透明性、自己解決、素早い対応が鍵

顧客満足度の向上には顧客サービスの充実が不可欠となった今の時代。Zendeskはメールやチャット、電話、SNSなどあらゆるチャネルにおける顧客接点を効率的にサポートするクラウドベースのカスタマーサービスソフトウェアを開発し、世界で約12万社に利用いただいています。

その背景には最近の消費者の行動の変化があります。例えば人口1億3000万人の日本のモバイルユーザーは1億6800万人。モバイルを1人で複数台所有し、常にネットとつながり、リアルタイムで友人や企業とやり取りする。つまり、好みのアプリを使い、よりパーソナライズされたサービスを求める環境へ変容していると考えられます。

これまでは企業が提供したいサービスを一方的に提供してきましたが、今やユーザーの口コミが、企業や製品の評価に大きな影響を及ぼします。人々はSNSなどを通して企業のサービスや商品についてつぶやき、評価・レーティングをしあう。顧客対応が売り上げや企業イメージに直結するため、企業側もいかにソーシャル、モバイルを上手に組み込んでいくかがますます重要となっています。

消費者行動の変化に伴い、企業に望む対応も変化しています。鍵となるのは透明性、自己解決、素早い対応の3点。例えば、透明性ではネットで注文した商品の動向をリアルタイムで追跡できれば、顧客の安心感や満足感につながります。また、住所やサービスの変更などは自分で解決できる術があることを望みます。企業は顧客ニーズにマッチしたFAQをいかにうまく作るかが今後の顧客サービスの鍵となるでしょう。素早い対応とは、顧客が望

む時間帯に希望するチャネルで対応してもらえるかどうかです。今の消費者は企業やブランドとのコミュニケーションチャネルが多いことを望み、状況を毎回説明することなく、チャネル間をまたがってコミュニケーションを継続させたいと考えています。これらのすべてを満たしているのが、ウーバーやエアビーアンドビーなどのサービスで、業務を拡大しています。

実際に顧客体験(CX)に注力する会社は、そうでない企業より売り上げが5.1倍、収益率も2.7倍高いというデータもあります。優れたCXを受けた顧客の約8割は企業評価が高まると回答し、より多くの対価を支払います。企業にとっても、コストのかかる新規顧客の獲得より、CXを高めて顧客の退会率を下げる方がよほど賢明だとお分かりいただけるでしょう。

CXを強化し顧客ロイヤルティが上がれば、顧客は企業の好意的な口コミを発信します。ビジネスの効率化、コスト削減にもつながるCXの強化が、システムやチャネルの分断がネックで進まないのであれば、オムニチャネルの一元管理が可能なZendeskの導入を検討されるのも一案です。



野上隆夫氏

Zendesk
シニアアカウント
エグゼクティブ

■ 最新トレンド

進化する世界の旅行流通のうねり

世界観光機関(UNWTO)によると17年の国際旅行者数は約13.2億人で、30年には18億人に達する見込みです。観光はいわば世界最大産業になる成長を約束された市場で、17年現在、日本は旅行市場規模26.7兆円の観光大国となっています。

世界ではオンライン販売が急増し、なかでも欧米のオンライン比率は50%前後。一方、アジア太平洋地域は世界最大の旅行市場でありながら、これまでオンライン比率は低かったのです。しかし18年に日本が50%近くに追いつき、近い将来は英国や北欧諸国並み(6割程度)になると予想されます。

注目すべきはアジア圏でのモバイルファーストの波でしょう。中国・インド・日本の3国合計で19年には60%、20年には65%がモバイル旅行予約になると予想されます。特に中国はPCを経由せず、最初からモバイルを利用する人が多いのも特徴です。

世界のOTAはエクスぺディア、ブッキング・ドットコム、シートリップの3社の寡占状態で、近年はタビマエ、タビナカ、タビアトへと商域を拡大しています。日本も楽天、じゃらんで全体の40%超を占め、伝統的な旅行会社が苦戦する傾向です。ITジャイアンツ(アップル、グーグル、フェイスブック、アマゾン)やLCC、エアビーアンドビーなどの新規参入も相次ぎ、魅力あるコンテンツの提案など、多様な顧客サービスの重要度が増しています。



牛場春夫氏

フォーカスライト日本代表

■ ケーススタディー

顧客フィードバックから新しい未来描く

日本初のタクシー配車アプリ「日本交通アプリ」の反響を受け、全国版として開発した「全国タクシー」アプリが500万ダウンロードを突破。18年3月には月間57万台の配車を記録するなど、日本最大のタクシー配車アプリに成長しました。配車、決済、ハードウェアが事業の3本柱で、決済ではネット決済が可能なジャパンタクシーウォレットを開発しています。車両の助手席後部に搭載されたタブレット端末のボタンをタップし、QRコードをアプリで読み取ることで即座に支払い手続きが完了する仕組み。これは先を急ぐ利用者にとっても、釣銭のミス防止など乗務員にとってもメリットがあります。

政府が実施する相乗りタクシー実証実験への参加、ドライブレコーダーなどのハードウェアの開発と、サポート部門の業務は多岐に渡ります。同部門の効率化と顧客満足度向上を目的にZendeskを導入したところ、ブランド毎の問い合わせ内容や対応の可視化に成功。FAQの作成・編集を即座に行うことで問い合わせ数が減少した上に、チケットに付与されたタグ管理により製品の改善にも役立っています。音声録音の再生が容易なことはオペレーター対応に余裕を生み、電話番号を分けることで顧客エクスペリエンスの改善にもつながっています。さらには年末年始の在宅作業を通して、今後は働き方改革の推進力としても期待しています。



手島健志氏

JapanTaxi
カスタマーエクスペリエンス部
マネージャー