



顧客とのやりとりを最適化し、 次世代の顧客体験を提供

スポンサーZendesk

2018年11月デジタル戦略およびCX担当リサーチディレクター、Alan Webber氏

概要

企業への問い合わせの手段やタイミングを顧客が細かく選べるようになりましたが、企業側の対応が追いついておらず、現在提供しているエクスペリエンスは顧客の期待に応えられていません。

92% の企業が、カスタマーサービスでの体験をお客様が「満足」または「すばらしい」と評価したと回答しています。

IDC、「2017 Customer Experience Barometer Survey」

すべての業界で最もネットプロモータースコア（NPS）が高いのは小売業ですが、それでも100満点中の60点です。

Satmetrix 2017 Consumer Net Promoter Benchmark Study

取引を長期的な関係へと発展させるには、右側に挙げたような方法で、取引成立後の戦略やビジネスプロセス、テクノロジーを最適化する必要があります。

- ・ 部門間の壁を取り払い、スムーズなサポートを実現
- ・ 差別化したサポートエクスペリエンスを提供
- ・ 顧客とのやりとりに最適なツールセットの導入

Zendeskで優れたカスタマーサポートエクスペリエンスを実現

Zendeskには、カスタマーサポートエクスペリエンスの差別化を図る企業に向けられた次のような特長があります。

- ・ 市場をリードする革新的な技術
- ・ 顧客サポートに特化した包括的なプラットフォーム
- ・ 実装が容易で導入期間が短い
- ・ カスタマーサービス担当者にとって使いやすい
- ・ 総所有コストの低減
- ・ グローバルなCXパートナーのネットワーク
- ・ ネイティブのオムニチャネルソリューション

Zendeskが市場に投入している主なソリューション：

Support

顧客とのやりとりのデータを一元管理プラットフォームに集約

Guide

セルフサービスで利用できるナレッジベース

Chat

ライブチャットとメッセージングアプリケーション

Talk

Zendesk Supportに統合されたクラウドベースのコールセンターソリューション

Connect

カスタマージャーニーのカスタマイズが可能

Explore

分析とレポートのソリューション

まとめ

Zendeskを導入した企業は、Zendeskの最先端テクノロジーと顧客に関する総合的な知識によって、顧客とカスタマーサポートとの間にあるギャップを埋めることができます。

アナリストについて：Alan Webber氏、デジタル戦略およびCX担当リサーチディレクター。IDCのCXリサーチプログラムの責任者であり、リサーチ担当チーフマーケティングオフィサーを兼務しています。

引用元レポート：<https://www.zendesk.com/resources/optimizing-interactions-provide-customer-experience-tomorrow/>