

Press Release



2020年6月23日
トランスコスモス株式会社

トランスコスモス、カスタマージャーニー診断サービス「CX-RAY™」を本格提供開始 7月にウェビナー開催

データに基づき、チャネルをまたがる顧客体験のあらゆる導線を追跡し、カスタマーサクセスを実現

トランスコスモス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO:奥田昌孝)は、複数チャネルを横断するカスタマージャーニー診断サービス「CX-RAY(シーエックス レイ)™」の本格提供を2020年7月より開始します。「CX-RAY™」は、トランスコスモスが展開する国内最大規模のコールセンター事業およびデジタルマーケティング事業の基盤とノウハウを活かし、複数チャネルの垣根を越えた複雑なカスタマージャーニーの全体像を可視化します。データに基づき俯瞰的に顧客の行動・心理の変容を追跡することで、顧客体験の創出・改善を支援し、カスタマーサクセスに導きます。2020年度内に利用企業40社を目指します。



複雑な顧客体験(CX)に、光(RAY)を当てて、改善すべきプロセスや問題点を診断する分析サービス

■顧客導線の全体像を俯瞰する顧客体験追跡ソリューションの必要性

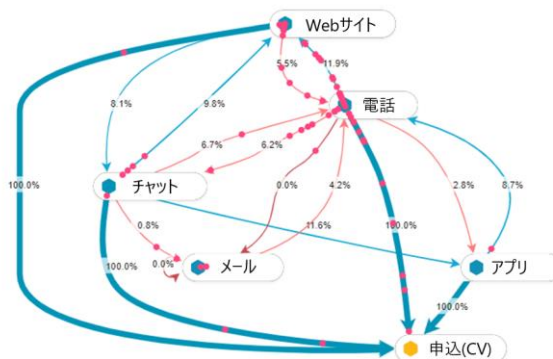
近年の急速なデジタルシフトによりコミュニケーションチャネルが多様化し、企業はよりシームレスな顧客体験を提供することが求められています。また、サブスクリプション型ビジネスの普及を背景に、企業は“カスタマーサクセス”を重視した能動的なコミュニケーションにより、課題やニーズを先回りして解決する必要があります。

ところが、多くの企業ではチャネル縦割りのKPI分析やレポート作成は個別にできていますが、「Webを見て、チャットで訊ね、最終的には電話相談する」といった複数チャネルを横断する顧客導線については十分に分析できていないのが実情です。しかし、そのような顧客導線が何種類あって、日々何件発生し、その道中のいつどこで態度変容を引き起こしているのかを追跡することは、顧客体験の創出・改善によるカスタマーサクセスの実現に向けて不可欠なソリューションといえます。

チャネルをまたぐ顧客導線を捉える手法としてカスタマージャーニーマップが挙げられますが、企業目線での恣意的な仮説や推測の域を出ず、リアルなデータに基づき科学的に顧客体験を追跡したものではありません。特定の顧客ひとりひとりの行動履歴を辿る手法もありますが、データの加工や集計に多大な労力を要します。しかも、顧客導線の全体像を俯瞰したり、ボリューム感を計測したり、購買心理や満足度の変容を掴んだりすることはできません。








■カスタマージャーニー診断サービス「CX-RAY™」とは

カスタマージャーニー診断サービス「CX-RAY™」は、DMPやプロセスマイニングの技術を活用することで、データに基づくリアルな複数チャネルを横断するカスタマージャーニーの全体像を可視化します。道中の態度変容や日々の発生件数などを追跡することで、顧客の課題やニーズを発見し、シームレスな顧客体験の創出・改善に向けた議論を活性化することで、カスタマーサクセスの実現を支援します。具体的には、チャネルをまたいで新規申込や継続購入につながるパターンのうち最も効率の良いゴールデンルートの可視化や、問題のあるFAQやチャットボットシナリオの発見などを支援します。



ゴールデンルート診断のアウトプットイメージ

「CX-RAY™」のサービスメニューは大きく3種類あり、①任意のチャネルの個別課題を解決するための単科診断『CX チェッカー』、②複数課題を一括で診断する総合診断コンサルティング『CX ドック』、③それらの診断実施後に要注意科目に絞って定期的または常時モニタリングする定期検診ダッシュボード『CX モニター』を段階的に提供します。

サービスメニュー	周期	診断科目	診断内容
 スポット分析型 単科診断 「CXチェッカー」	科目別に初診のみ	 多チャネル遷移診断	✓ 各チャネルが全体の中で担うべき役割を果たしているか？ ✓ チャネル間の送客や導線上の目詰まりが起きていないか？
		 ゴールデンルート診断	✓ 新規獲得や初回購入につながるゴールデンルートはあるか？ ✓ 継続購入やアップセルにつながるゴールデンルートはあるか？
		 解約・離脱ポイント診断	✓ 解約や離脱が多発するポイントやパターンはないか？ ✓ 解約や離脱が思いとどまるポイントやパターンはあるか？
		 Webサイト導線診断	✓ CVのボトルネックになっているコンテンツはないか？ ✓ LPやFAQからチャットや電話への導線は機能しているか？
		 チャットシナリオ診断	✓ チャットシナリオのゴールデンルートはあるか？ ✓ ボトルネックになっているシナリオやコンテンツはないか？
		 エスカレーション診断	✓ 問合せ窓口間で「たらい回し」が起きていないか？ ✓ 時間や手数がかかりすぎてしまっているパスはないか？
		 カスタマーサクセス診断	✓ CS/NPS@/CES向上やクチコミを促進するパターンはあるか？ ✓ CS/NPS@/CES低下やクレームつながるパターンはないか？
 総合診断コンサルティング 「CXドック」	年1~2回	複数科目の 一括診断	上述の単科診断のうち、適用可能な科目を一括して総合診断
 定期検診ダッシュボード 「CXモニター」	常時	要注意科目の リアルタイム監視	上述の単科診断や総合診断のうち、常時モニタリングすべき項目を継続的に監視

※NPS@はベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリクス・システムズの登録商標です

■ウェビナー(オンラインセミナー)のご案内

「CX-RAY™」の本格始動に伴い2020年7月21日(火)、7月29日(水)の2回にわたり、Zoomを使用したウェビナーを開催します。当日はサービス内容や導入事例の紹介、プロセスマイニングツール「Celonis IBC」のデモを行います。

第1回 7/21(火) 16:00~「プロセスマイニングによるFAQ改善~WEB回遊可視化&問合せ削減した事例のご紹介」

第2回 7/29(水) 16:00~「プロセスマイニングによるカスタマージャーニー診断
~複数チャネルを横断する顧客体験追跡ソリューション」

※お申し込み用URL：https://www.trans-cosmos.co.jp/seminar/dm_200721_0729.html

なお、「CX-RAY™」のトライアルにご協力いただいたエプソンドIRECT株式会社 相原 様より、「Web やコールセンター等の複数のチャネルをまたがるカスタマージャーニーの全体像把握は、エプソンドIRECTにおいても往年の課題でしたが、今回のデータに基づく診断により、顧客導線の可視化と定量化に成功し、データに基づく改善施策の立案につなげることができました。この取り組みで得た成果は今後のCRM戦略に反映させていきます。」とのコメントをいただいております。

トランスコスモスは、今後もマルチチャネルでのコミュニケーションの戦略立案や運用改善を支援します。

※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本及びその他の国における登録商標または商標です

※その他、記載されている会社名、製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です

(トランスコスモス株式会社について)

トランスコスモスは1966年の創業以来、優れた「人」と最新の「技術力」を融合し、より価値の高いサービスを提供することで、お客様企業の競争力強化に努めて参りました。現在では、お客様企業のビジネスプロセスをコスト最適化と売上拡大の両面から支援するサービスを、アジアを中心に世界30の国と地域・168の拠点で、オペレーショナル・エクセレンスを追求し、提供しています。また、世界規模でのEC市場の拡大にあわせ、お客様企業の優良な商品・サービスを世界48の国と地域の消費者にお届けするグローバルECワンストップサービスを提供しています。トランスコスモスは事業環境の変化に対応し、デジタル技術の活用でお客様企業の変革を支援する「Global Digital Transformation Partner」を目指しています。(URL：<https://www.trans-cosmos.co.jp>)