

Press Release



2021年2月10日
トランスコスモス株式会社

トランスコスモス、サポート体験評価を顧客視点で常時測定できる調査・分析サービス「CESMO」を提供開始 複数チャネルを経由するサポートプロセスのCES(カスタマーエフォートスコア)を全体最適化

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、顧客のサポート体験評価を顧客視点で常時測定できる調査・分析サービス「CESMO(セスモ)」の本格提供を開始します。トランスコスモスが展開する国内最大規模のコンタクトセンターおよびデジタルマーケティングの事業基盤とノウハウを活かし、複数のコンタクトチャネルを経由するようなサポート”プロセス”における顧客体験を評価する仕組みづくりを支援します。従来の顧客満足度や「CES=Customer Effort Score(顧客負荷スコア)」(*1)などの指標で常時測定しダッシュボード化することで、顧客視点でプロセス全体を最適化し、リピート率を向上するためのサポート改善活動を促進します。



■マルチチャネルでのサポートプロセスを常時測定する必要性

近年、AI やチャットボットなどのデジタルソリューションを活用した、カスタマーサポートのマルチチャネル化が進展しています。その結果、問い合わせの初期段階でFAQ やチャットボットを利用したものの、問題を解決できず、結局は有人での電話対応に落ち着くというような、複数チャネルを経由するサポート”プロセス”を体験する顧客が多くなってきています。

また、トランスコスモスの自主調査(*2)では、問い合わせプロセス全体の満足度を調べると、時間がかかる、見つからない・わかりにくい、たらい回しにあったなどのネガティブな顧客体験により、従来計測している個別チャネルの満足度と比べて20pt以上目減りすることが判明しました。コミュニケーションチャネルの多様化が進んだ現代において、顧客体験を向上させるためには、消費者の「手間・負担感」を軽減し「エフォートレス」な顧客体験を提供していくという視点が重要です。

今後、企業がデジタル化とマルチチャネル化が進むカスタマーサポートに対応していくためには、従来のように単一チャネルのみ評価して局所的な業務改善を行うだけではなく、複数チャネルを経由するサポートプロセスを“顧客視点”で総合的に評価し、「エフォートレス」な顧客体験を提供していくという全体最適化のアプローチが求められます。

■「CESMO」とは

顧客のサポート体験の記憶が徐々に薄れていくなかで、年に1~2回の頻度で調査を行いPDCAサイクルを回すという従来の発想ではタイムリーな改善活動は望めません。カスタマーサポートが完了してから間を置かずすべての顧客にアンケート調査を依頼し、顧客に与えた手間・負担感などのネガティブな顧客体験に対する評価や、それらを加味した総合的な評価を常時測定できる仕組みを導入することが必要になります。

「CESMO」は、「エフォートレス」な顧客体験を常時測定し、サポートプロセスの全体最適化につなげるためのアンケート調査・分析サービスです。「CESMO」の特徴としては、以下の2点があります。

① サポートプロセスを常時モニタリングするための常設型調査の仕組みづくりを支援 (※図)

自社のカスタマーサポートを体験した顧客をリストアップし、満足度などの顧客体験評価指標を常時測定するためのアンケートを行い、日々蓄積される調査データと回答顧客の属性データを紐づけ、BI(ビジネス・インテリジェンス)ダッシュボードなどを用いて、関係者間で分析結果をタイムリーに共有するための一気通貫の仕組みづくりを支援します。特にトランスコスモスが運営を行うコンタクトセンターにおいては、大がかりな新規システムを導入・構築しなくとも、既存のコンタクトセンター運用環境に応じた現実的なプランを提案することが可能です。

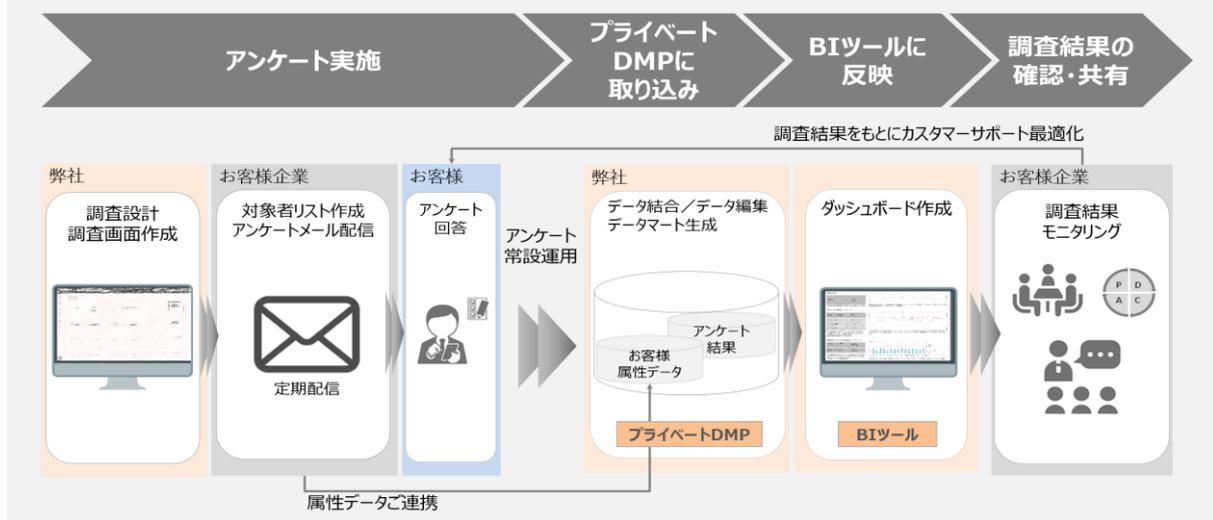
② カスタマーエフォートスコア「CES」を重視した調査・分析やダッシュボード構築、活用方法のノウハウ

マルチチャネル環境におけるサポートプロセスの全体最適化を前提に、顧客の負荷を測定するために最適な指標として「CES」を計測することを推奨しています。CES は問題改善個所を発見しやすく、リピート率を向上させるための指標として注目を集めており、CES の改善によるエフォートレスな顧客体験の提供は、購入促進や離反防止に大きな影響を与えることが、トランスコスモスの調査や海外の研究結果でも実証されています。

「CESMO」では、独自の調査項目であらゆる顧客のサポート体験データをアンケートで収集・蓄積します。そして「スポット分析レポート」を作成し、どのような属性(性年代など)の顧客を、どのチャネルに誘導すべきかを明らかにし、その過程で感じる負荷を軽減することで、サポートに対する総合的な評価の向上やリピート行動にどの程度つながるかといった分析を行い、顧客の離反要因になる負荷体験やプロセスを明確化します。そのうえで「レギュラーダッシュボード」でサポート体験を常時モニタリングし、機会損失や顧客離反につながる危険兆候をタイムリーに捉え、迅速な改善を促します。

トランスコスモスは、今後もマルチチャネル時代のカスタマーサポートの戦略立案や運用改善を支援していきます。

図1：運用スキーム図



*1: Customer Effort Score の略で、顧客が問題解決する際の企業とのやり取り等に対し、どの程度負担を感じたかをスコア化した指標。
*2: 『消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2020』 (URL: <https://www.trans-cosmos.co.jp/data/2020dec/>)

※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・169 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>)