

## 企業が提供するエクスペリエンスと顧客の期待にギャップ Zendesk カスタマーエクスペリエンス傾向分析レポート 2020 年版を発表

Zendesk, Inc. (NYSE : ZEN) は、企業がカスタマーロイヤルティを醸成する方法や顧客とのコミュニケーションで重要視すべきポイント、競合他社との差別化方法についてまとめた Zendesk カスタマーエクスペリエンス傾向分析レポート 2020 を発表しました。本レポートでは、グローバルで実施した調査結果と、45,000 社を超える Zendesk 導入企業の製品利用データのインデックスである Zendesk ベンチマーク をもとに、企業が Zendesk の製品をどのように利用しているかを分析しました。

顧客が企業によせる期待が高まる一方で、カスタマーロイヤルティ（顧客の企業やブランドに対する忠誠心）は育成して維持するものであり、そのための努力が常に求められるものです。「Zendesk カスタマーエクスペリエンス傾向分析レポート 2020」によると、日本を含むグローバル全体において、たった一度のネガティブなカスタマーエクスペリエンスを体験すると顧客の半数が、さらに二度以上のネガティブな経験すると、およそ 8 割もの顧客が競合他社に切り替えることが明らかになりました。また、ロイヤルティを醸成する主な要因には、「価格」に次いで、「カスタマーサービス」が僅差で 2 位に挙げられています。

また、「Zendesk カスタマーエクスペリエンス傾向分析レポート 2020」によると、顧客からの期待に企業が適切に応えていないことも明らかになりました。例えば、多くの人々は効率的に素早く解決できる手段を求めています。ナレッジベースやヘルプセンターのような自己解決できる場を提供できている企業は、全体のわずか 3 割程度に留まっており、チャットボットやアプリ内メッセージ機能、あるいはコミュニティサイトを提供する企業は 3 割に満たないことがわかりました。

特に、日本においては、およそ半数の顧客が、企業へ問い合わせする前に、まず企業のヘルプセンター/FAQ サイトなどを参照し自己解決を図る傾向がみられました。また、他の調査対象国と比較して、ヘルプセンターなどの企業サイトを信頼を寄せる情報源として考える顧客が多く、その割合は 3 割以上におよびます。ところが、ナレッジベース/ヘルプセンターなどセルフサービスのコンテンツを提供している企業は、全体のわずか 3 割程度にとどまるなど、企業が提供するエクスペリエンスと顧客の期待にギャップが見られました。

一方で、顧客のニーズを満たすことに成功している企業が存在しており、彼らによるサービスレベルが、よりハードルを高く、競争を激しいものにします。例えば、Disney、Levi Strauss & Co.、Four Seasons などの定評のある有名ブランドは、常に優れたカスタマーエクスペリエンスを追求し続けるために新しいテクノロジーに投資し、他社の一歩先を進んでいます。調査および分析の結果、質の高いカスタマーエクスペリエンスの提供で成功しているハイパーフォーマー企業は、次の 4 つの点をおさえていることがわかりました。

1. 全てのやりとりを一つのコミュニケーションスレッドで完結：特定のチャネルや部門に依存しない、オムニチャネルアプローチを採用
2. 顧客データの連携活用：部門横断的にデータを共有・活用し、カスタマーサポート体制を強化
3. AI の活用：増加するリクエスト数に素早く効率的に対処
4. 最高顧客責任者（CCO: Chief Customer Officer）の設置：カスタマーエクスペリエンスが企業の最優先事項となりつつある時代に対応

Zendesk, Chief Customer Officer, エリザベス・ゾーンズ（Elisabeth Zornes）のコメント：

顧客が企業に期待することを考慮すると、カスタマーサービスの是非がビジネスの成功を左右する、新しいカスタマーエクスペリエンスの時代を迎えています。ビジネス規模や業界、あるいは地域を問わず、すべての企業は、ブランドに対するカスタマーロイヤルティを醸成し、競合他社との差別化を図るためには、シームレスなカスタマーエクスペリエンスを提供し、顧客の関心を引き続ける必要があります。

「Zendesk カスタマーエクスペリエンス分析傾向レポート 2020」の詳細については、  
<https://www.zendesk.co.jp/resources/zendesk-customer-experience-trends-report-2020/> にアクセスして全文をダウンロードいただけます。また、企業のカスタマーエクスペリエンスの評価に役立つ[カスタマーエクスペリエンスパフォーマンス診断スコアカード](#)もご覧いただけます。

## 調査方法

本レポートは、Zendesk を使用している企業 45,000 社のデータを元にした Zendesk ベンチマークのデータと、カスタマーサービスマネージャー、カスタマーサービスエージェント、およびオーストラリア、ブラジル、カナダ、フランス、ドイツ、日本、メキシコ、オランダ、イギリスならびにアメリカの顧客を対象としたアンケートとフォーカスグループの結果をもとに包括的に分析しています。

## Zendesk について

Zendesk は、顧客との関係をより良いものにする、サポート、営業、顧客エンゲージメント向けの CRM 製品を提供しています。Zendesk のミッションは、エンタープライズからスタートアップに至るあらゆる規模の、あらゆる業種の、あらゆるビジネス目標を掲げる企業に対して、カスタマーエクスペリエンスを改善する革新的な手段をお届けすることです。現在、Zendesk は全世界の 15 万を超えるお客様に採用されており、その業種は数百種類、言語は 30 以上に及んでいます。Zendesk はサンフランシスコに本社を構え、世界 17 か国に拠点を構えています。詳細は、[www.zendesk.co.jp](http://www.zendesk.co.jp) をご覧ください。

## 報道関連のお問い合わせ先

フライシュマン・ヒラード・ジャパン株式会社

担当：築山

TEL：03-6204-4300

[zendesk.tokyo.pr@fleishman.com](mailto:zendesk.tokyo.pr@fleishman.com)

## 【別紙】カスタマーサービスの成功につながる 4 つのトレンド

### 1. 全てのやりとりを一つのコミュニケーションスレッドで完結

今日の顧客は、やりとりが途中で停止したり、他のコミュニケーションチャネルに移行した際に、途切れることのないスムーズな会話を期待しています。また、企業とのコミュニケーション手段に、友人や家族などと日常から使用しているチャネルを使えることを希望しています。これらの期待に応えるパフォーマンスの高い企業では、サポート、セルフサービス、およびチャットや電話などを組み合わせ、特定のチャネルや部門に依存しない、オムニチャネルアプローチを採用する割合が 2 倍以上にも達しています。

### 2. 顧客データの連携活用

企業がデータを活用することで、より良いカスタマーエクスペリエンスが創出されるのであれば、企業がデータを利用することに肯定的です。75%以上の顧客がデータのパーソナライズを望んでいます。

パフォーマンスの高い企業では、オープンで最先端の CRM プラットフォームを活用し、部門の壁を超えてデータを連携させることで、パーソナライズしたサービスを提供し、顧客が同じ説明を何度も繰り返す必要がないようにしています。このようにデータを効果的に連携できている企業は、そうでない企業と比較して、4 倍ものボリュームの顧客からのリクエストを処理しながら、36%早く問題を解決し、顧客の待ち時間を 79%削減しています。

### 3. AI の活用

Gartner 社は、「2025 年までに、マルチチャネル顧客エンゲージメントプラットフォームに AI を組み込んだ顧客サービス組織は、運用効率を 25%向上させる」と予測しています。<sup>\*1</sup> 優れたパフォーマンスを発揮している企業はセルフサービス戦略の立案にも AI を活用しており、実際にカスタマーサービスに AI を導入しているマネージャーの 84%が、AI を軸にセルフサービス戦略の実践に取り組んでいます。

### 4. 最高顧客責任者（CCO : Chief Customer Officer）の設置

カスタマーエクスペリエンスを優先することの価値を実感している企業が増えており、先進的な企業は顧客を理解してケアできるリーダーを採用しています。最新の [Forrester 社のレポート](#)によると、カスタマーエクスペリエンスを担当する経営幹部の人数は、B2B および B2C 企業のいずれも過去 5 年間に 1,000%増加しました。<sup>\*2</sup>

本レポートでは、過去 5 年間に創業した先進的な企業の 64%が、カスタマーエクスペリエンスを担当する最高顧客責任者（CCO）を配置していると示しています。

<sup>\*1</sup> Gartner, Delivering Relevant Content and Knowledge to Customers Is Key to Great Customer Service, Multiple Authors, 5 December 2019

<sup>\*2</sup> Forrester Research, The Number Of CX Executives Grew More Than 1,000% Over Five Years, Angelina Gennis, 10 May 2019