

顧客体験とロイヤルティの関係を深耕 調査と先進事例に学ぶ“貢献度の可視化”

コンタクトセンターやWebサイトへのアクセスが、サービスや製品への満足度や再購買、他者への推奨にどのように影響しているのか。国際的なCS調査機関であるJ.D. パワー アジア・パシフィックとセンターの対応やFAQサイトを格付けしているHDI-Japanの調査結果や先進事例各社の取り組みから徹底検証した。

「顧客体験とロイヤルティ——コールセンターの貢献度を探る」をテーマに開催した特別コンファレンス。国内の代表的な調査機関2社の講演とパネルディスカッションで、コンタクトセンターやWebサイトへのアクセスがサービスや製品に対する満足度や再購買、他者への推奨にどのように影響しているのかを探った。

午前中は「1万人の声からわかったコールセンターの経営貢献」と題して世界的なCS調査機関であるジェイ・ディー・パワー アジア・パシフィック代表取締役副社長の鈴木 郁氏が講演した。鈴木氏は、「顧客満足とは顧客の期待値と実態の差分のこと」と定義したうえで、顧客から企業への問い合わせは、ホームページ経由のコ

ンタクトが急増している一方、チャネル別満足度調査では電話対応の対応品質が顧客ロイヤルティに大きく影響していることをデータから証明した。

午後は、HDI-Japanの代表である山下辰巳氏が「Webと電話の“経験”から紐解く顧客満足の行方——問い合わせ窓口格付け調査から」と題して講演した。同社は、毎月対象業界を設定し、企業の電話窓口とWebサイトの使い勝手や満足度をボランティアで募集した一般消費者に評価を依頼、格付けしている。山下氏は「顧客にメリットのないIVRは評価を下げるだけの存在」「応答速度や通話時間という画一的な指標ではなく、そのセンターごとの役割や気質に合う独自の指標を考案すべき」など顧客ロイヤルティを高めるポイントを説明した。

その後、パネルディスカッション「顧客満足度と経営貢献」を行い、パネラーとしてチューリッヒ保険会社ダイレクト事業本部副本部長の



ジェイ・ディー・パワー アジア・パシフィック 代表取締役副社長の鈴木 郁氏



HDI-Japan 代表の山下辰巳氏

福永敏郎氏、カルビー カスタマーリレーション部お客様相談室長の天野泰守氏、ジャパネットコミュニケーションズ代表取締役社長 星井龍也氏が登壇。つながりやすさの追求やVOC活動、人材育成などの取り組みを披露したうえで、コールセンターでの顧客満足度向上が再購入率をはじめ、経営貢献に直結している根拠を現場／経営の視点から説明した。パネラー各氏が比較的経営陣との距離が近い存在だったこともあってか、受講者からは「現場も経営の観点から自社製品やサービスの価値を再認識すべきと感じた」「企業と組織のミッションが明確で、センターがその方向性に基づいて活動した結果を見える化することが貢献と見なされると感じた」と経営との距離感に関する感想が多く寄せられた。



顧客満足度向上への取り組みと成果を議論したパネルディスカッション