

メリット

複数のチャネルを使って顧客の関心を引きつける

Web、電話、チャット、メール、SNSなど、顧客の選んだチャネルを使って、いつでもどこでも、どのデバイスからでも顧客とつながることができます。

オンラインでソリューションを提供する

セルフサービスカタログを使って、よく発生する顧客の問題のタスクを自動化することにより、効率を向上し、統合されたナレッジ管理とコミュニティにより、追加のセルフサービスオプションを提供できます。

カスタマーサービスを「チームスポーツ」として提供する

カスタマーサービスとその他の部門をビジュアルタスクボード（ワークフローを視覚化したもの）と自動化で連携させることにより、問題をより迅速に解決し、その根本原因を是正します。

モノのインターネット（IoT）を活用する

ServiceNow® Operational Intelligence を使用してIoTデバイスの健全性を可視化することで、問題を発生前に特定できます。

傾向を予測し、プロアクティブなサービスを提供する

ダッシュボードや分析を活用して、傾向を可視化し、セルフサービスのオプションや顧客に向けた事前通知で対応します。

きめ細かなカスタマーサービスを提供する

ServiceNow® Field Service Management とServiceNow® Portfolio Project Managementを統合し、チーム全体での完全な可視性と説明責任を実現します。

ServiceNow カスタマーサービスマネジメント

カスタマーサービスの課題

貴社のカスタマーサービスチームには、互いに関連のない複数のエンゲージメントチャネルからサービスリクエストが舞い込み、その数は日に日に増加しています。また、担当者は、統合されていない種々雑多なシステムの使用や手作業による処理に妨害されながら、日々、同じ問題に対応しなければなりません。それにもかかわらず、貴社は事業費の削減を迫られています。

同時に、顧客は、サービス担当者が問題を効率的に診断し、効率的に解決できないことに不満を感じています。その結果、顧客満足度が低下し、顧客保持率の問題が生じます。ユーザーがカスタマーサービスに連絡する理由の情報収集は限定的です。複数の企業を対象にした顧客トラブルの調査や共同分析、問題解決は行われていません。

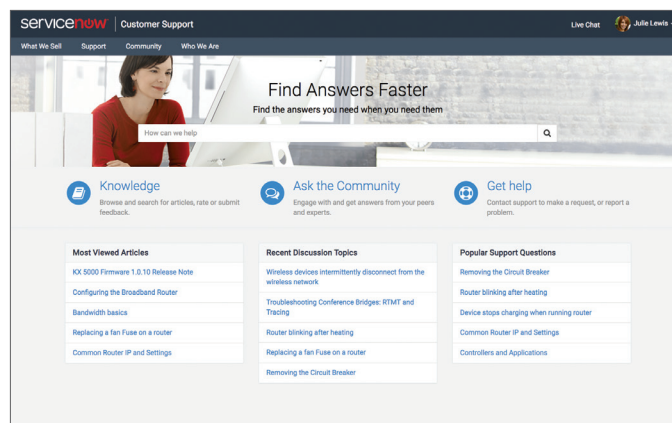
これらはすべて、カスタマーサービスが受け身の状態で機能し、サービスの提供コストが上がり、顧客満足度が低下する原因となります。

ServiceNowのソリューション

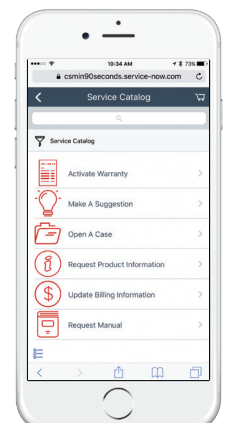
従来のカスタマーサービスソリューションを超えたServiceNow® Customer Service Management (CSM) は、顧客が消費者、企業のどちらであっても、より迅速かつ効率的にサービスを提供します。CSMは、オムニチャネルエンゲージメントにより、顧客が選んだ連絡オプションを顧客に提供します。顧客の問題は、適切な技能を持つ担当者へ速やかに転送されます。オンラインのカスタマーサービスポータルを使用することで、繰り返し発生するリクエストを自動化して、包括的なナレッジベース経由でソリューションを配信し、顧客にピアサポートコミュニティや専門家コミュニティを提供することができます。

カスタマーサービスを「チームスポーツ」に変え、問題の根本原因の解決に他部門を巻き込み、恒久的な解決策を推進し、製品の品質を向上させましょう。CSMをServiceNow® Field Service Management (FSM) に統合し、カスタマーサービスからオンサイト修理の状況を確認できるようにします。顧客の運用の健全性をリアルタイムで確認できるため、顧客が気付く前に、潜在的な問題についてのアラートをサービス担当者に送ることができます。

CSM分析は、現在のサービス傾向に対する洞察を提供し、よく発生する問題を特定して、自動化を支援します。さらに、ServiceNow® Financial Planningと統合すると、サービスセンターでコストを監視、削減しながら、収益のチャンスを最大化できます。



包括的なナレッジベースやコミュニティを備えた、オンラインカスタマーセルフサービスポータルを顧客に提供



サービスカタログを使って反復的なリクエストを自動化

新たなアプローチの必要性

現代の競争環境では、卓越したカスタマーサービスを提供することが重要な差別化要因となります。そのため、カスタマーサービスは、一般的な顧客関係管理システムが提供する以上のものを必要としています。組織が高品質のサービス提供で成功を収めるには、カスタマーサービスとその他の部門を連携し、問題の診断、是正、さらには防止を共同で実施できるようにすることで、快適なエクスペリエンスを実現する必要があります。

そのためには新しいアプローチが必要です。カスタマーサービスは、顧客の連絡先の管理や個々の問い合わせへの対応を超えた役割を担う必要があります。近代化されたカスタマーサービス組織は、問題に1件ずつ対処するのではなく、組織内にある複数のチームと連携して、多数の顧客の問題を一度に解決します。また、顧客の懸念事項に現実的なソリューションですばやく対応します。さらに、日常業務に留まらず、ビジネスの実質的な向上と成長を後押しするプロアクティブな戦略を提供します。

ServiceNow Customer Service Management (CSM) は、プロアクティブで快適な、かつ、つながりのあるサービスを提供します。その結果、顧客満足度を高めながら、ケースの数やコストを削減することができます。

快適なカスタマーサービスの提供

現在の顧客は、自分で選んだチャネルを通じたエンゲージメントを望み、自分のスケジュールに合った、速やかな解決策を求めています。貴社のスケジュールではありません。

CSMに標準搭載されたカスタマーサービスポータルは、カスタマイズ可能なオンラインサービスのエクスペリエンスを実現します。高速かつパーソナライズされたセルフサービスにより、顧客が自力で以下の作業をできるようにサポートします。

- サービスカタログを使って、住所変更、保証登録、パスワードのリセットなどよくあるリクエストを行うこと。ビジュアルワークフローや自動化を利用して、フロントエンドプロセスとバックエンドプロセスを調整します。



ビジュアルタスクボードを使って、他部門に作業を割り当てる

- コミュニティの仲間や専門家とのエンゲージメントにより、ソリューションを発見すること。
- ナレッジ管理からよくある問題への回答を見つけること。

顧客が、電話やメール、チャットなど、その他のサポート手段を希望している場合は、担当者のスキルや所在地、空き状況に応じて自動的に作業を割り当てるインテリジェントな勧告を使って、そのケースを最適な担当者へ速やかに割り振ります。Agent Intelligence (別途購入が必要)の機械学習や人工知能を使用して、ケースの分類や優先順位付け、割り当てを効率化し、顧客が問題のカテゴリーや優先順位を選択しなくても、適切な担当者がその問題にすばやく対処できるようにします。

チームで連携し、問題を発見、解決

カスタマーサービスが単独行動を強いられるのは、珍しいことではありません。顧客に対応できても、問題の原因は別の部門にあり、根本的な解決は不可能です。

CSMのアプローチは違います。問題を迅速かつ恒久的に解決し、さらに予防するため、カスタマーサービスを別の部門と連携させます。

問題の根本原因を解決するために、ビジュアルタスクボードを使い、サービスを「チームスポーツ」として提供します。つまり、カスタマーサービスで特定した問題を直接、フィールドサービス、エンジニアリング、運用、財務、法務など他部門に割り当て、最終的解決まで追跡します。これにより、ある顧客グループのため



サービスの傾向を監視し、予測する

に解決された問題が、その後、他の顧客で発生することはなくなります。さらに、カスタマーサービスマネジメントを資産管理、プロジェクトポートフォリオ管理、ファイナンシャルプランニングと統合すると、資産やプロジェクト、コスト、収益性を管理するための可視性が高まります。

サービスコールの発生をプロアクティブに阻止

貴社が最高のカスタマーエクスペリエンスの提供を目指しているのと同様に、顧客も問題の回避を望んでいます。問題は避けられないかもしれませんが、顧客に潜在的な問題を警告できた場合、あるいは問題を防止できた場合は、問題が発生して問い合わせなければならなくなった場合と比べ、顧客満足度とロイヤリティは自ずと高まります。

モノのインターネット (IoT) を活用すれば、顧客システムが健全に運用されているかどうかをリアルタイムで確認できる機能を提供し、製品やサービス、プロセスを継続的に向上できます。Performance Analyticsを使って、傾向を特定および予測し、頻繁に発生する問題の解決を自動化するなど、実行可能な改善を押し進めましょう。

分析とTargeted Communicationsを組み合わせることで、問題の影響を受ける可能性のある顧客に対してのみ事前にアラートを送り、すでに実施された解決策や保留になっている解決策を知らせて、カスタマーサービスへ問い合わせなくても済むようにすることができます。