

顧客満足度を30%向上！

Salesforceを活用し
コールセンターから
お客様を“ファン”に
変えるポイント

はじめに

社会構造の変化により、コールセンターでもDX（デジタルトランスフォーメーション）が必要と認識されるようになってきました。CRM（Customer Relationship Management：顧客関係管理）システムを導入したものの、お客様満足度が向上しない、または満足度低下によりサービス解約率が増えている、などのお悩みはないでしょうか？
本資料では、コールセンターでSalesforceを活用しお悩みを解決する方法をお伝えいたします。

本書を読むとわかる 3つのこと

- コールセンターの抱える課題とその解決策がわかる
- コールセンターにSalesforceを導入するメリットがわかる
- 顧客情報管理の重要性がわかる

Chapter - 1	ユーザーサポートにおける課題	P.4
Chapter - 2	コールセンターでのSalesforceの役割	P.7
Chapter - 3	Salesforce導入で顧客満足度が向上する理由	P13
Chapter - 4	パナソニック デジタル株式会社のご紹介	P.15

Chapter - 1

ユーザーサポートに
おける課題

ユーザーがサポートに抱く不満

サポートサイトが見つらい…

チャットを活用しても
問題が解決できない…

オペレーターの回答が
的を射ていない…

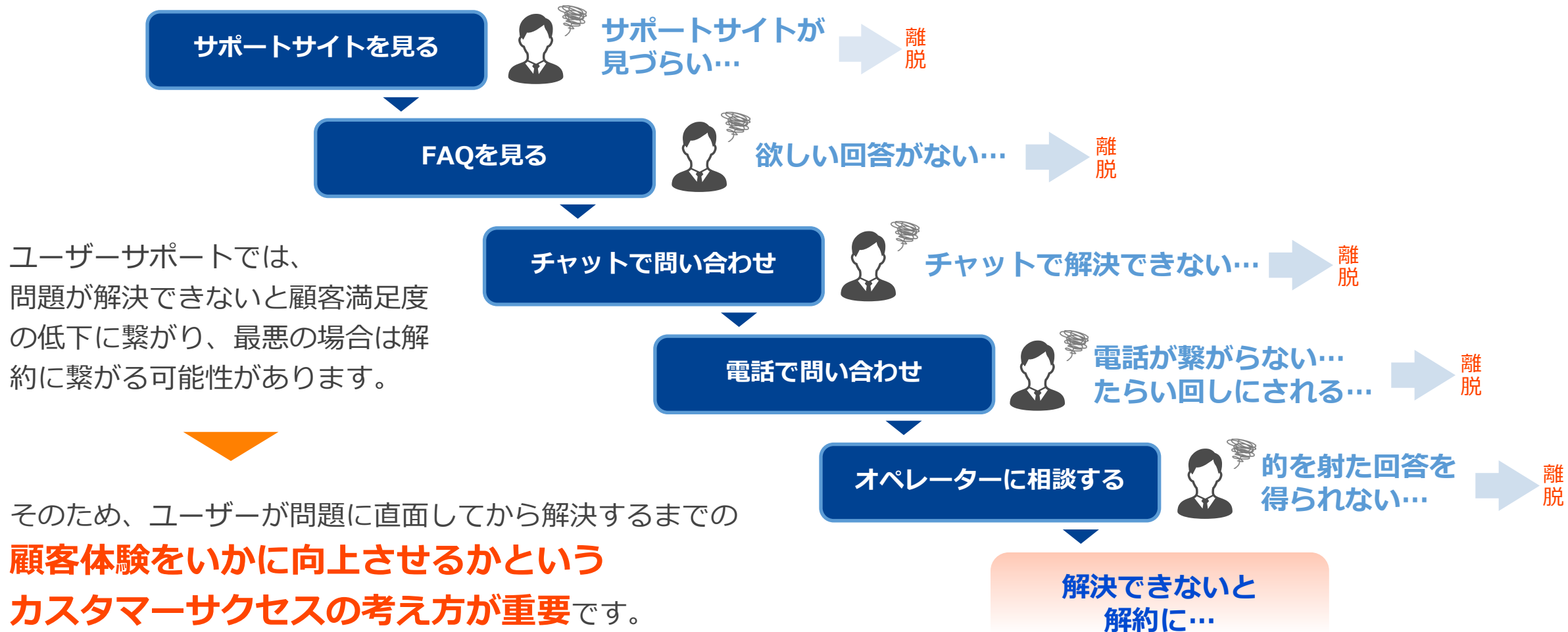


サイト内に
探している回答がない…

コールセンターに
なかなか電話が繋がらない…

関連部署を
たらい回しにされる…

ユーザーサポートにおけるユーザーの離脱ポイント



Chapter - 2

コールセンターでの Salesforce の役割

Salesforceでカスタマーサクセスの向上を！

コールセンターの 業務効率化、顧客満足度の向上を実現！

SalesforceはCRM（顧客関係管理）システムの機能を持ち、電話や電子メール、SNSなどの様々なチャネルを通じて届く問い合わせに「速く正確に」対応できるようにオペレーターを支援します。

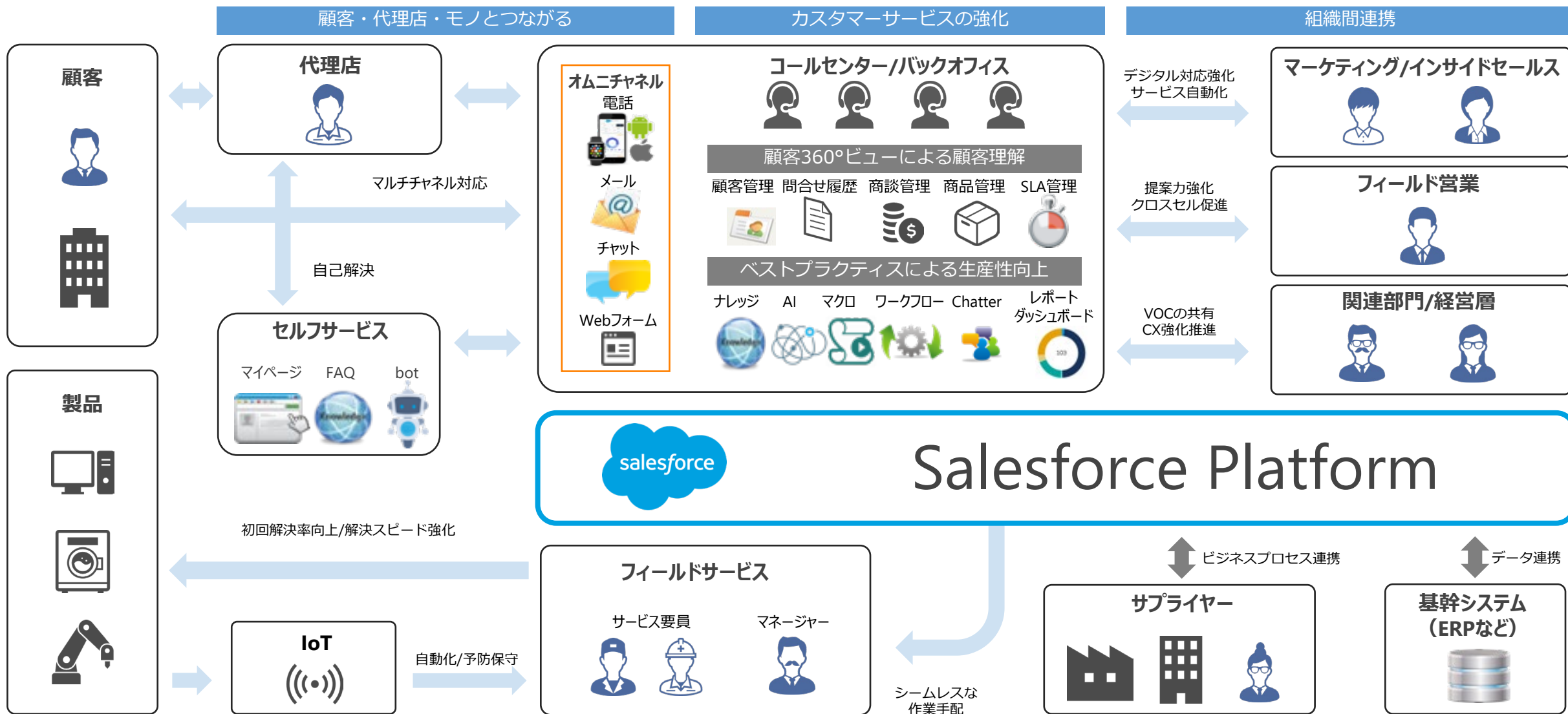
例えば、問い合わせ履歴だけでなく、購入履歴を一元管理することで顧客の全体像を把握することができ、個別具体的な対応が可能になります。

また、ナレッジを用いてオペレーターの回答補助を行うことで、一次回答率の向上に寄与します。



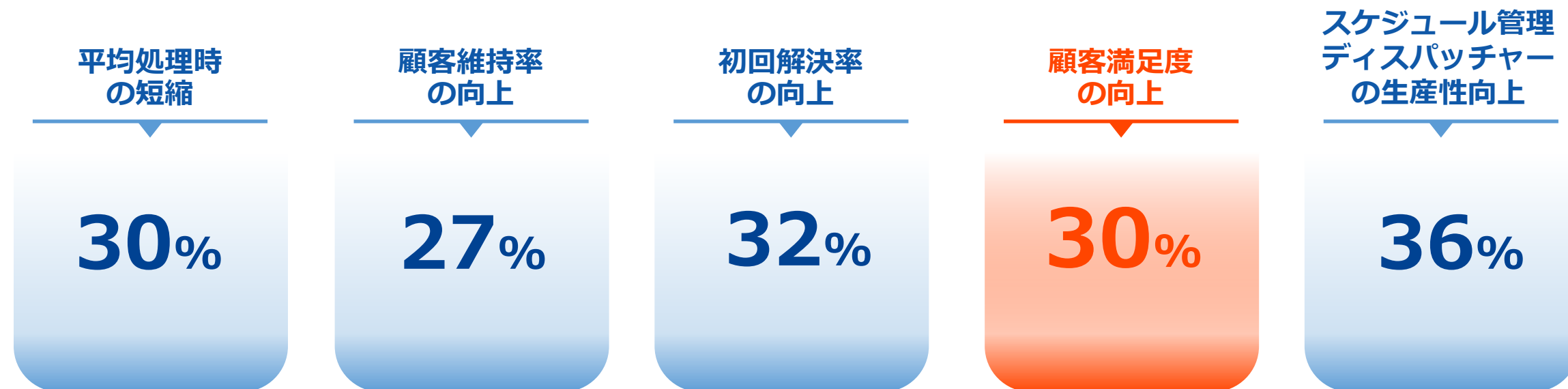
Salesforce Service Cloud & Field Service ビジネス全体像

各部門との連携 + 情報共有によりサポートやサービス力を最大化



Salesforce導入により達成された「カスタマーサクセス」指数

コールセンターにおける、様々な課題の改善に役立てることができます。



※ Salesforce社公開資料をもとに当社作成
※ 導入後に達成されたカスタマーサクセスの指標の平均値

Chapter - 3

Salesforce の導入により顧客 満足度が向上する理由

Salesforceで顧客満足度が向上する理由

Salesforceで顧客満足度が向上する理由

ユーザーが抱く不満を取り除き、対応品質を向上させることができます。

※ Salesforceの機能の一部です

顧客への多様な問い合わせ方法が提供できる

顧客は様々なチャネルでの問い合わせが可能になり、履歴を一元管理できるため、顧客情報に基づいた対応ができます。

SVが対応品質をチェックできる

問い合わせ一件一件の状況をSVが管理でき、オペレーターの対応品質をチェックし、改善することができます。

FAQでセルフサービスが提供できる

FAQを公開することで、顧客は問い合わせをすることなく、自力で問題を解決できるようになります。

顧客のサポート体験を向上させることができる

Field Serviceと連携することで、待たせることなく現場作業員のスケジューリングを行えます。

ナレッジ参照で対応品質が改善できる

オペレーターはナレッジを参照にしながら顧客対応ができるため、一次回答率が向上します。



Salesforceの導入により顧客満足度が向上する理由

顧客情報の一元管理を行うことが大切

顧客満足度を向上するためには、
顧客を中心に各機能・各部門が連携することが
重要です。

そのためには、**Salesforceと基幹システムを連携し、各部門を単一の顧客情報でつ**
なげることが必要となります。

過去の購買履歴、問い合わせ履歴、サポート履歴を
把握できる環境にし、
組織横断的にお客様理解を高め、
顧客に対し「わかってきている」を演出することが
求められます。

Customer360

顧客を中心に各機能・部門間連携するという
Salesforceの基本概念



Salesforceの導入により顧客満足度が向上する理由

【実例】クレーマーは優良顧客かもしれない？

Salesforce活用で得た気づき - とあるお客様企業の実例 -

商品に対するクレームをお客様相談センターに何度も掛けてくるお客様がいました。



受注センターの購入履歴を見ると、自社商品を頻繁に購入してくれる優良顧客でした。



お客様相談センターと受注センターの顧客情報を共有することで、顧客対応を改善、顧客満足度を向上しました。



コールセンターからお客様をファンに変える

先の実例のように、どういう顧客か理解した上で対応することによって、クレーマーもファンに変わります。

コールセンターの履歴**だけ**を見るのではなく、あらゆる情報を一元管理して、理解したうえで対応することが大切です。

お客様は「自分が理解されている」と感じると、ファンに変わるポテンシャルを秘めている！



パナソニック デジタル株式会社 のご紹介

会社概要

会社名	パナソニック デジタル株式会社
本社所在地	■大阪 〒530-0053 大阪市北区末広町2番40号 Panasonic XC OSAKA TEL : 06-6906-2801 (代表) ■東京 〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目21番1号 TEL : 03-5148-5634 (代表)
代表取締役 社長執行役員	阿部 裕
設立年月日	1999年2月22日
事業内容	情報サービス
資本金	1,040百万円
関連会社	松下情報系統（上海）有限公司

[お問い合わせはこちら](#)

ビジネスアイデンティティ

私たちは、“創ること”、“変えること”、“支えること”を通じ
「暮らし」と「しごと」を幸せにします。



創る

多くの事業を持つ
パナソニックグループ内の
実践で得た新価値創出力

社会課題解決への貢献

新たなビジネス創出

商品・サービス創り

変える

先進技術を活用した
試行錯誤の中で
得たデジタル変革力

生成AI活用

製造DX

業務DX

支える

パナソニックグループ
グローバル約21万人の
事業・業務を支えるIT力

基幹システム

IT・OTセキュリティ

ICT基盤構築・運用

事業の競争力強化に向けて、働き方・ビジネスを変革 経営のスピードアップを目指します

MISSION

お客様、お取引先様、従業員に、
ITによる本質的な価値を提供、経営に直接貢献

ITを創る喜びを、
お客様の、便利と嬉しいへ
お取引先様との、シナジーへ
従業員の、キャリア形成と成長へ

VISION

私たちは、ビジネスに寄り添うCo-Creatorです。
お客様の「暮らし」と「しごと」を共に考え、共に創ります。

私たちは、Innovatorです。
新しい技術、働き方で、スピーディに、想像の先を実現します。

私たちは、One Panasonicです。
認め合い、学び合い、高めあって、皆で成長し続けます。

VALUE

想像、その先を創造	お客様の夢をかなえるためにITの匠集団として、想像の先を創造する
速く、広く、深く、つなぐ	つなぐ価値を最大化：ビジネスとIT、人や組織、人のこころをつなぐ
データが語る、語らせる	答えのヒントはデータにある。データに語らせる
多様性、信頼、成長	多様性を認め合い、時にはぶつかり、高め合う
衆知・自律化集団	全員参加で衆知を集め、変革を常態化
主役は、「わたし」	変革の主役は「わたし」



パナソニック デジタルのService Cloud導入支援が選ばれる理由



パナソニック デジタルは、Salesforceの 認定コンサルティングパートナーです

Salesforceを熟知し、
導入実績も豊富にあります。



多様な業種への ソリューション導入実績

製造業だけでなく、自治体・学校や
施設空間など様々な業種のお客様へ
長年ソリューションを提供しており、
伴走力に定評があります



Salesforceと他システムとの 連携実績

ASTERIA Warp Salesforce
アダプターの開発/提供を通じた
Salesforce活用ご支援実績

※ 「Salesforce」「Service Cloud」はSalesforce, Inc.の商標登録です

Service Cloudについてもっと詳しく知りたい方へ

お気軽にお問い合わせください

お問い合わせ

