

LTV最大化の鍵！

カスタマーサービスを強化する
ツールの
活用方法とは



はじめに

価値観の多様化により、製品やサービスの品質が高いだけではモノが売れなくなった昨今。カスタマーサービスの重要性が増し続けています。顧客と直接コミュニケーションをとり、課題を解決する立場だからこそ、カスタマーサービス部門の強化はそのまま売上向上やLTV（顧客生涯価値）の最大化に繋がります。しかしカスタマーサービスの「顧客満足度が落ちている」「労働生産性を上げられない」と悩む方も多いのではないのでしょうか。そこでこのホワイトペーパーでは、カスタマーサービス部門を強化するためのコツやポイントを紹介します。

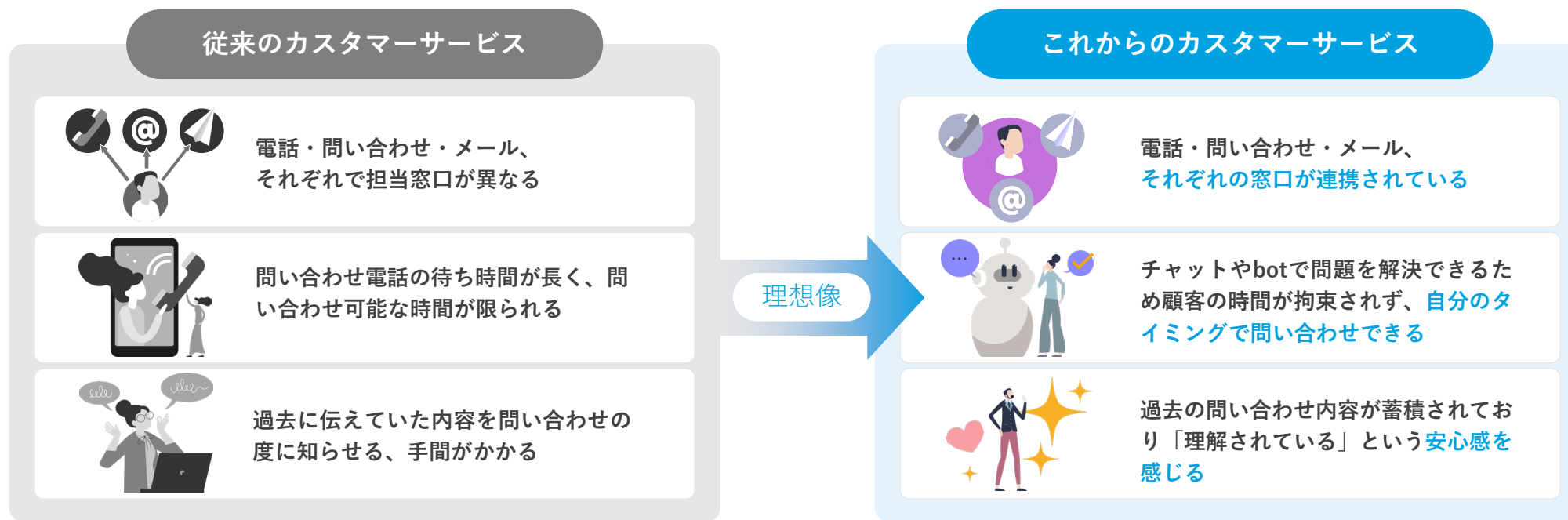
目次

- P001 はじめに
- P002 今顧客が求めるカスタマーサービス部門への理想像
- P003 カスタマーサービスの品質が低い企業が抱える（根深い）問題とは
- P004 カスタマーサービスを強化するためにまずやるべきこと5つ
- P005 カスタマーサービス強化の肝は「ツール」の利活用
- P006 Salesforceこそカスタマーサービスの品質改善に貢献するツール
- P007 Salesforce導入で実現できるカスタマーサービスの理想像
- P008 パナソニック デジタル株式会社ならではのSalesforce提供の強み
- P009 カスタマーサービスをSalesforceで強化するならパナソニック デジタル株式会社にお任せ



顧客が求めるカスタマーサービス部門の理想像

場所を問わず様々なデバイスから各種チャンネルにアクセスできる顧客は、カスタマーサービスにシームレスな対応を求め、自分の要望や困りごとを会社全体として理解してほしいと思っています。そのため、企業は従来のカスタマーサービスから、各チャンネルを連携させたオムニチャンネル化された新しいカスタマーサービスの構築が必要な状況です。



現代の顧客が求めるカスタマーサービス像を理解し迅速に変化していかなければ、顧客満足度は低下し続ける

カスタマーサービスの品質が低い企業が抱える問題とは

売上向上やLTVの最大化を実現するため、各企業が顧客満足度を高めロイヤルカスタマーを獲得しようと様々な取り組みをしています。しかし、カスタマーサービスには以下のような問題が生じやすく「まず何から手を付けたらいいのかわからない」状態に陥り、対応が後手に回ってしまうこともあるでしょう。

カスタマーサービス部門の問題

カスタマーサービスの顧客満足度が低い



ナレッジ共有ができずスタッフのスキルに差がある

対応部署がわからず顧客をたらい回しにしてしまう

使用システムが複数ある/そもそも使いこなせていない

何から
手を付けたら
よいか
わからない！



カスタマーサービスの労働生産性が低い



1件1件の対応に時間がかかる

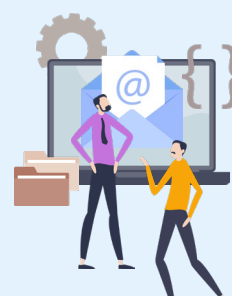
人手が足りず呼損率が高くなり、顧客と接触する機会を逃している

ピーク対応時に合わせた人員計画となっており、平常時の稼働率が低い

! スタッフのスキル管理・システムの最適化・労働環境の改善と複数の要素が絡む問題だからこそ、何から手を付けたらよいかかわからない


カスタマーサービスを強化するためにまずやるべきこと5つ

顧客が置かれている状況に合わせて質の高いカスタマーサービスを提供するためには、今すぐ始めるべき5つのポイントがあります。これらを実現することで、現在抱えている問題が解決されていくでしょう。



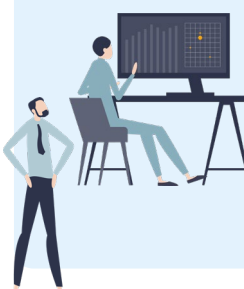
ナレッジや対応履歴を蓄積・共有し、個人のスキルに依存しない体制を作る

誰が対応しても品質を一定に保つことができるうえに、顧客が何度も同じ説明をする手間をなくせる




セルフサービスやFAQを充実させる

顧客自身で問題解決できる体制を構築することで、一人当たりの顧客対応時間を増やせる



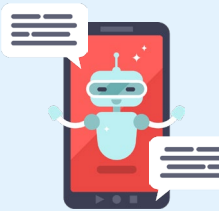
問題が発生した際は、マネージャーが即時対応できるような体制を整える

何か起きたときのフローを確立させることで、余計なクレームを発生させない



スタッフが使用しやすいシステムを構築する

システムを使いこなすまでのコストを削減し、本来習得すべき対応スキル向上に時間を割ける



あらゆる問い合わせに対して迅速に対応できる仕組みを構築する

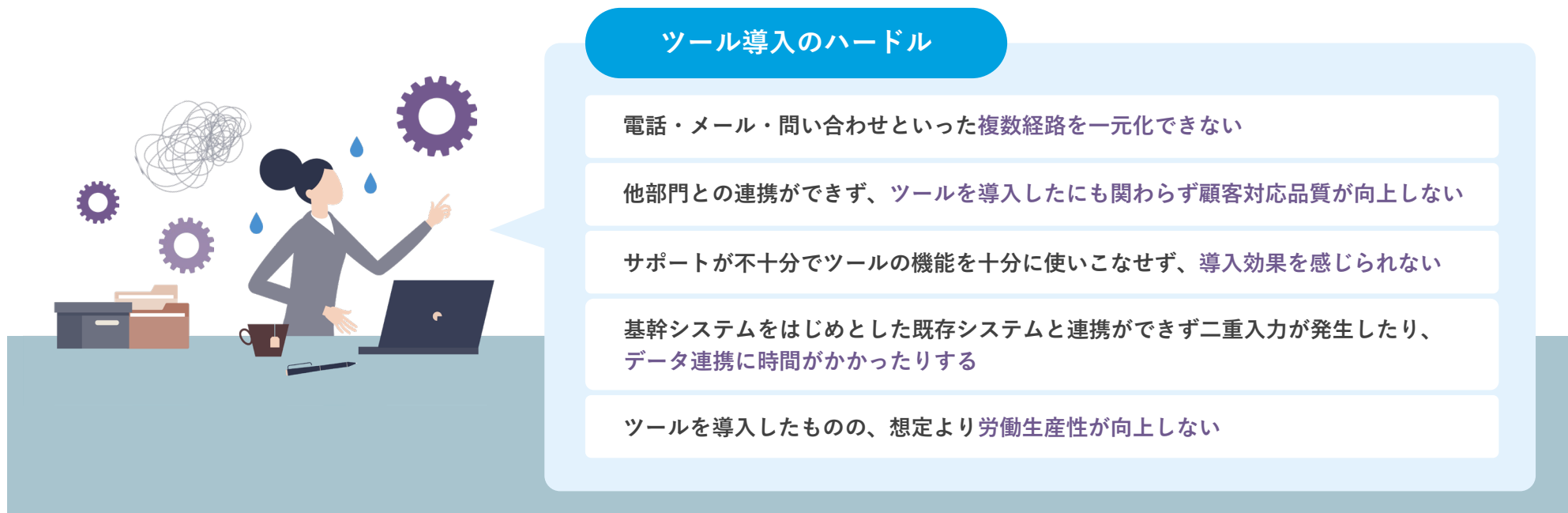
メールやチャットなど様々なチャネルからの問い合わせに対応することで顧客の声を逃さず対応できる



つまりカスタマーサービスを強化するには「機能する体制を構築し業務を仕組化すること」がポイント

カスタマーサービス強化の肝は「ツール」の利活用

膨大な顧客情報を扱う企業ほど、機能するカスタマーサービス部門の構築・業務仕組化にはツールの活用が不可欠です。しかし、ツールの導入にはいくつかハードルがあります。これらを把握していないままツールを導入すると「逆に無駄な業務が増える」「ツールを使いこなせずに業務が滞る」といった問題を引き起こす可能性があります。実際にツールを導入した際に以下のような問題を抱えたことがある企業も多いはずです。



The illustration shows a woman in a grey business suit sitting at a desk with a laptop, looking thoughtful. Above her are several purple gears of different sizes and a tangled grey scribble, symbolizing complexity or technical challenges. A blue speech bubble points from the woman towards a list of five challenges related to tool implementation.

ツール導入のハードル

- 電話・メール・問い合わせといった複数経路を一元化できない
- 他部門との連携ができず、ツールを導入したにも関わらず顧客対応品質が向上しない
- サポートが不十分でツールの機能を十分に使いこなせず、導入効果を感じられない
- 基幹システムをはじめとした既存システムと連携ができず二重入力が発生したり、データ連携に時間がかかったりする
- ツールを導入したものの、想定より労働生産性が向上しない

! 現在の問題を不足なく解決できるツールに出会えなければカスタマーサービスの変革は叶わない

Salesforceこそカスタマーサービスの品質改善に貢献するツール

カスタマーサービスの品質向上を実現するのが「Salesforce」です。Salesforceには以下のような特長があり、カスタマーサービスを強化するには必須のツールとして注目を集めています。

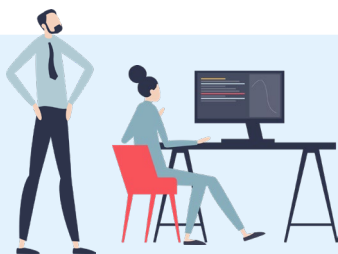
SalesforceがCS強化に活用される理由

メールや電話など複数経路からの
お客様問い合わせを一元化できる



誰が対応しても対応品質を一定に保つ
ことができる

お客様への対応状況をマネー
ジャーがリアルタイムに管理でき、
必要なフォローができる



カスタマーサービスによる顧客への対
応を上長が確認でき、改善に活かせる

単一のシステムを利用することで、
部門間連携がスムーズになる



カスタマーサービスだけでなく、営業
や技術部門とも情報を共有できるため
顧客の状態にあったサポートが可能に
なる

ノータッチからハイタッチまで補
える機能があるため、労働生産性
も向上する



Bot・AIの活用や、顧客へセルフサー
ビスを提供することによりカスタマー
サービスの労働生産性が向上する



Salesforceを導入することでカスタマーサービスの品質が向上し、顧客理解を深められ、LTVが向上する

Salesforce導入で実現できるカスタマーサービスの理想像

カスタマーサービス強化にSalesforceを活用することで、顧客からの問い合わせに対し会社全体として対応することが可能になります。顧客情報を部署間で共有し各問い合わせに対し適切なチャネルを用いることで、労働生産性を向上させつつも顧客満足度を向上させることが可能です。



パナソニック デジタル株式会社ならではのSalesforce提供の強み

Salesforceは導入して終わりではありません。最大限効果が発揮されるように構築をしたり、使いこなしたりしなければカスタマサービスの強化は実現できないためです。そこで重要なのが販売会社のサポートの質と伴走力。パナソニック デジタル株式会社（以下、パナソニック デジタル）は、製造業に強く、顧客に伴走支援することで顧客の成果にコミットしてきた実績があります。

パナソニック デジタルとしてのSalesforceビジネスの強み

1



製造業をITで支えてきた実績

パナソニックグループのさまざまな事業領域で培った「現場に寄り添うIT技術」、グローバルでの幅広い業務で身につけた「確かな開発・運用能力」「現場の業務を確実に支える知見」をもとに、変化する社会のニーズに対応します。

2



お客様に寄り添う伴走力

自社開発コールセンターシステムによるお客様コールセンターの支援にて培った実績をもとに、お客様課題に寄り添い、導入から活用までお客様に伴走し、ご支援いたします。

3



Salesforceと基幹システムとの多数の連携実績

データ連携プラットフォーム「ASTERIA Warp」において、アステリア社アワード複数受賞の実績を有し、お客様のデータ活用を20年以上支援しています。自社が開発した「ASTERIA Warp Salesforce アダプター」の導入実績を元に、基幹システムとSalesforceを連携したトータルのソリューションを提供。お客様の SFA/CRM徹底活用を支援します。



パナソニック デジタルはSalesforce導入を通じてカスタマーサービスの強化に貢献します。

カスタマーサービスを **Salesforce** で強化するなら
パナソニック デジタルにお任せ

パナソニック デジタルの
Salesforce導入支援についてより詳しく知りたい方は
お気軽にお問い合わせください

お問い合わせはこちら



ご連絡先

パナソニック デジタル株式会社

大阪本社 TEL/06-6906-2801 住所/〒530-0053 大阪市北区末広町2番40号

東京本社 TEL/03-5148-5634 住所/〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目21番1号

Panasonic