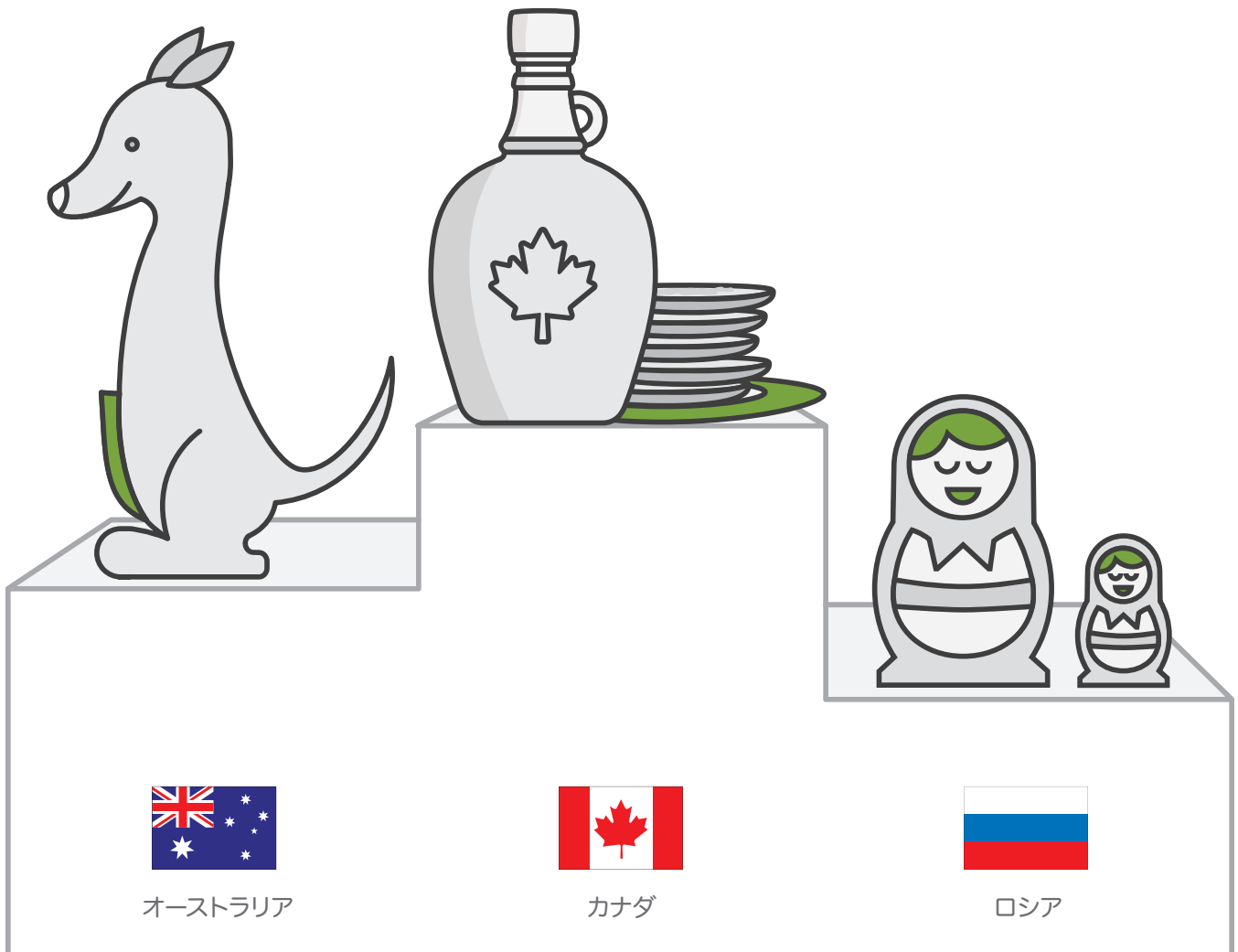


Zendesk ベンチマーク調査 2013年 第3四半期

調査対象： 顧客満足度



目次

グローバル顧客満足度 概要 Zendesk ベンチマーク調査の背景	1ページ
ITがかろうじて首位に立つ 急上昇中の新旧メディア業界 首位はカナダ	2ページ
急成長するブラジル、ロシア、インド、中国(BRIC) ケーススタディ: Imovelweb	3ページ
数値による要因別顧客満足度	4ページ
ケーススタディ: GoodData	5ページ

グローバル顧客満足度 2013年第3四半期

82% ↑ 1パーセントポイント*

満足度の高い国(上位)	Q3 (2013)	Q2 (2013)との比較*
1 カナダ	91%	0
2 オーストラリア	91%	↑ 2
3 ロシア	90%	↑ 4

満足度の低い国(下位)	Q3 (2013)	Q2 (2013)との比較*
1 中国	55%	該当なし ¹
2 アラブ首長国連邦	59%	↑ 1
3 英領ヴァージン諸島	65%	↓ 2

満足度の高い業種(上位)	Q3 (2013)	Q2 (2013)との比較*
1 ITサービス・コンサルタント	95%	0
2 政府・非営利組織	95%	↑ 1
3 教育	95%	0

満足度の低い業種(下位)	Q3 (2013)	Q2 (2013)との比較*
1 ソーシャルメディア	67%	↑ 3
2 エンタテインメント産業・ゲーム	76%	0
3 金融/保険サービス	76%	↓ 1

*パーセントポイントの変化
¹前期該当なし

要約

1.) 1年以上落ち込みを続けていた顧客満足度は、前回調査に続き、2期連続で上昇しました。一方、業界別の満足度は引き続き安定しています。とはいえ、長年低い評価が続いていたソーシャルメディア業界で満足度が3ポイント上昇し、メディア/電気通信業界では7ポイントもの大幅な上昇を見せたことで、いくつかの業界でそれぞれ1ポイントずつ下降を示したにもかかわらず、全体の満足度評価が上昇しています。

新興市場、特にブラジル(上昇率第1位)とロシアは、この四半期に大きく躍進しました。急成長中のBRICに属するブラジル、ロシア両国の企業は、現在の成長を維持するために、良質なカスタマーサービスの提供をますます重視する傾向が強まっています。

2.) 当四半期のZendeskベンチマーク調査では、全体的な顧客満足度に寄与する多くの要因のうちのいくつかを詳しく検討します。

- 初回の回答時間** お客様がチケットを送信してから初回の回答を得るまでの時間は、最終的な顧客満足度に大きく影響します。今回、初回の回答時間データのパターンを検証したところ、チケットが届いた時刻が、初回の回答のスピードに大きく影響することが判明しました。
- サポートチャネル** また、顧客が企業への問い合わせに使用するメール、電話、ソーシャルメディアといった各種チャネルについても詳しく調査し、顧客満足度が最も高いチャネルを特定しました。

- 利用期間の長さ** お客様が企業とのやり取りにZendeskを使用している期間と、顧客満足度との間の相関性をさぐりました。

Zendeskのベンチマーク調査の背景

Zendeskベンチマーク調査は、参加企業が自社のサポートのパフォーマンスを同業他社と比較する手段として、2012年3月に初めて導入されました。Zendeskベンチマーク調査は、調査や専門家の意見を収集したものではなく、調査への参加に同意した125ヶ国、16,000社以上の企業における実際のサポートおよびカスタマーサービスにおけるやり取りに基づいています。ベンチマーク調査のデータは、Zendeskを使用してカスタマーサービスを2億人以上に提供している30,000社以上の企業から収集されました。このデータにより、カスタマーサポートの効率性、セルフカスタマーサービスの動向、カスタマーの関与の度合いに関する重要指標を測定します。

Zendeskのベンチマーク調査では、カスタマーサービスの健全性を報告し、企業側がカスタマーサポートを提供する方法と、お客様側でのサポートの利用方法における傾向を分析しています。四半期ごとのレポートでは、実際のお客様に対してサポートのやり取りに満足したかどうかを質問し、集計した回答に基づいて、全体的な顧客満足度を継続的に測定しています。

ベンチマークの指標は、回答件数が最小しきい値に達した指標(業界別、国別、その他)ごとに報告されます。国をレポート対象に含めるには、顧客満足度調査に対して当該四半期内に少なくともその国から

10,000件以上の回答を必要とするため、必ずしもすべての国が四半期レポートに掲載されるとは限りません。つまり、前回の四半期レポートに掲載された国が、今回のレポートには掲載されていない可能性があります。逆に、今回のレポートに掲載されている国が、過去のレポートには掲載されていない場合もあります。また、要件を満たさなければ、次回以降のレポートで掲載されなくなる可能性もあります。

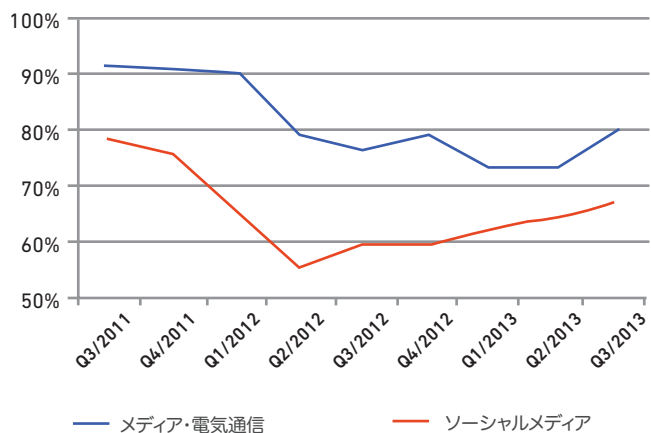
ITがかるうじて首位に立つ

当四半期の調査では、ITサービス/コンサルティング業界が僅差で政府/非営利団体を上回り、最も高い顧客満足度を示しました。第3位には、これも僅差で教育業界が続いています。首位と2位、2位と3位の差はどちらも1%ポイント以下です。上位3業界はいずれも高い顧客満足度スコアを示し、総じて全体的な顧客満足度スコアを上回る傾向にあります。

実際に、この3業界は過去3四半期にわたり上位を独占してきました。ITサービス/コンサルティング業界は一般に、お客様のケアに重点を置いたハイタッチビジネスです。同業界が首位にあるのは、このようなビジネスの特徴を反映してのことです。政府/非営利団体および教育業界の高評価は、両業界で新たに台頭している「コンシューマライゼーション」のトレンドによってもたらされているようです。どちらの業界も、激化する競争とミレニアル世代の高い期待に応えようとしており、有権者や地域社会、学生に対する「カスタマーサービス」を非常に重視しています。

急上昇中の新旧メディア業界

ソーシャルメディア業界とメディア/電気通信業界の顧客満足度は一時大幅に落ち込みましたが、今回持ち直して再び上昇を示しています。



業界別の顧客満足度の順位で常に遅れをとっていたソーシャルメディア業界ですが、2012年の第2四半期から安定して上昇を続けています。1年間の下降期間の後、回復の1年間を経て、2013年の第3四半期には3%ポイントの上昇を示しました。また、メディア/電気通信業界も、顧客満足度の向上に苦労しています。同業界はソーシャルメディア業界より高いスコアを示していますが、ソーシャルメディア業界とは異なり、堅調に上昇しているわけではありません。

業界別顧客満足度ランキング

業界	Q3	前回との比較
1 ITサービス/コンサルティング	95%	0
2 政府/非営利団体	95%	↑ 1
3 教育	95%	0
4 不動産	94%	0
5 Webホスティング	92%	↓ 1
6 医療	91%	0
7 製造/コンピュータハードウェア	89%	0
8 Webアプリケーション	86%	↓ 1
9 ソフトウェア	85%	0
10 マーケティング/広告	82%	↑ 1
11 旅行、接客、観光	82%	↓ 2
12 プロフェッショナル/企業向けサポートサービス	82%	↑ 1
13 リテール業	82%	↑ 1
14 メディア/テレコム	80%	↑ 7
15 金融/保険サービス	76%	↓ 1
16 エンターテインメント/ゲーム	76%	0
17 ソーシャルメディア	67%	↑ 3

*change in percentage

首位はカナダ

カナダは91%という高い顧客満足度を示し、2位のオーストラリアが1%未満の僅差でこれに続きます。両国とも、国別の顧客満足度における上位国の常連です。第2四半期は、カナダが91%、オーストラリアが89%でした。前年同期のスコアはカナダが85%を示す一方で、オーストラリアは76%という低い数値でした。今回のレポートでは、ニュージーランドの不在が目につきます。同国は前回の調査で92%という顧客満足度第1位のスコアを示していました。当四半期のZendeskベンチマーク調査では、ニュージーランドからの回答数が最小条件を満たさ

なかったため、同国は集計結果に含まれていません。

急成長するブラジル、ロシア、インド、中国 (BRIC)

今期のレポートにおける最も注目すべき変化は、新興市場の存在感が増していることです。ロシアは、顧客満足度の低評価に長らく苦しんでいましたが、この1年間は安定して上昇を続け、今回初めて上位3国に入りました。同国の数値は、Zendeskによるベンチマーク調査の開始以来、初めて90%の壁を越えました。インドと中国は、前回はレポート対象外でしたが、今回はレポート条件を満たしました。

BRICの最後のひとつ、ブラジルは、最も大きな変化を示し、顧客満足度は10%ポイントも上昇しました。

IMOVELWEB

Imovelwebはブラジルで有数の商業不動産及び住宅不動産のオンラインサイトです。2013年初めに新しくサイトをローンチして以来、Imovelwebはお客様に向けた製品とサービスの向上を継続的にはかってきました。

継続的な向上は製品のみにとどまりません。お客様に対するケアの強化に特に注力してきました。四半期前期のみで、Imovelwebは15パーセントポイントの顧客満足度アップを達成しました。すべての問い合わせ案件のチケットにおいて、サポート担当者からの返答時間と解決までにかかった時間両方におけるSLA(サービス品質保証制度)を採用し、サポート担当者が効率よく返答することだけでなく、お客様のすばやい問題解決へ導くことで実現することができたのです。

Imovelwebは効率のよいワークフローをZendeskを活用し、日々の業務における顧客中心主義のカルチャーが成功の要因だったと述べています。Imovelwebのサポートチームは国内における主要な不動産サイトとしてだけでなく、カスタマーサービスのリーダー的存在として知られています。

Q3からQ3における顧客満足度の変化  15%

www.imovelweb.com.br

国別顧客満足度ランキング

国	Q3 (2013)	前回との比較
1	カナダ	91%  0
2	オーストラリア	91%  2
3	ロシア	90%  4
4	ノルウェー	90%  1
5	デンマーク	88%  1
6	英国	87%  0
7	イスラエル	85%  8
8	ポーランド	84%  2
9	チリ	84%  2
10	スウェーデン	83%  0
11	米国	83%  1
12	ブラジル	80%  10
13	フランス	78%  1
14	ドイツ	77%  4
15	オランダ	77%  0
16	スペイン	77%  2
17	フィリピン	75%  7
18	マレーシア	74%  5
19	ベルギー	73%  4
20	インド	67% n/a*
21	英領バージン諸島	65%  2
22	アラブ首長国連邦	59%  1
23	中国	55% n/a*

*Q2では回答数が最小条件を満たさなかったためデータなし

数値による要因別顧客満足度

カスタマーサービスおよびZendeskベンチマーク調査において顧客満足度は非常に重要な指標であるため、顧客満足度に影響するいくつかの要因について詳しく調査することにしました。

初回の回答時間

お客様がチケットを送信した時刻は、初回の回答時間に影響するか。

サポートチャネル

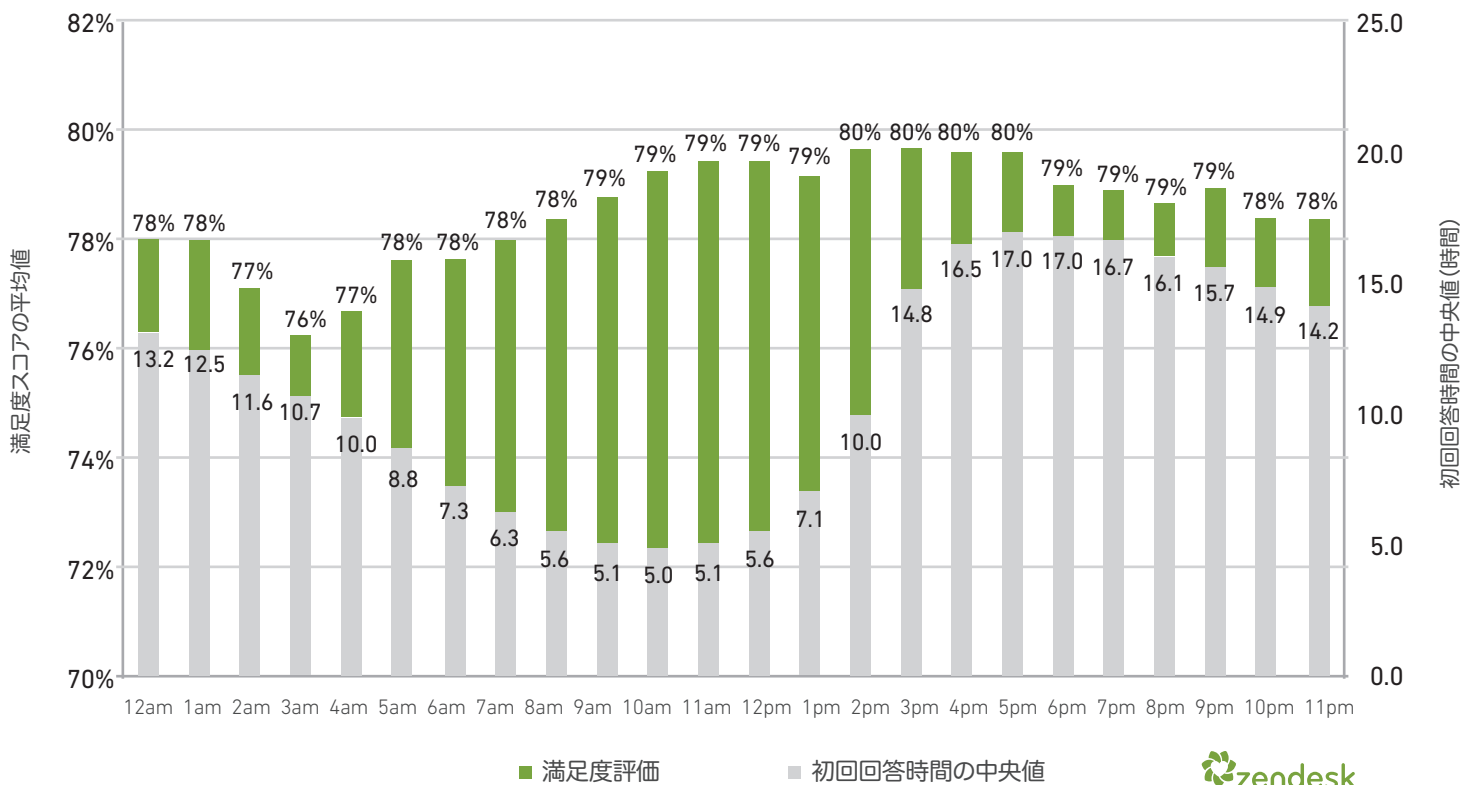
お客様がカスタマーサポートへの連絡時に使用したチャネルは、顧客満足度に影響するか。

利用期間の長さ

顧客がその企業の製品やサービスを利用している期間の長さは、満足度に影響するのか。

初回の回答時間

初回回答時間とチケット作成時間別の満足度との



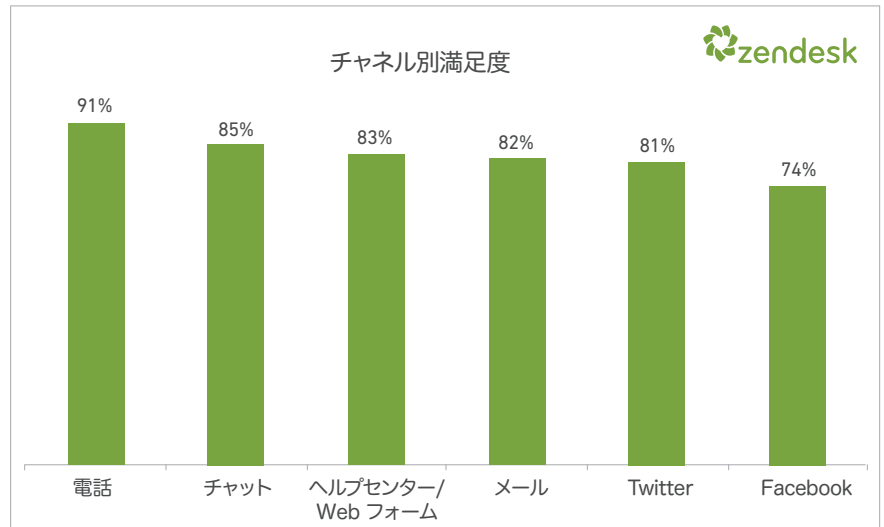
社会通念上、そしてZendeskのデータによると、速やかなサービスがカスタマーサービスでのやり取りの最終的な成果にプラスの影響を与えることは確かです。顧客満足度は、初回の回答が遅い場合に低下し、速ければ上昇します。上のグラフは、エージェントによるチケットに対する速やかな回答と、お客様の満足感との間の全般的な関係を示しています。

チケットを作成時間別に分け、平均初回回答時間(FRT)で比較した場合、傾向として、通常営業時間外に送信されたチケットに対してFRT

の時間が掛かっていることが一見で見取れます。ただし、午前9時前後にチケットが送信された場合は、速やかに回答される傾向にあります。午前9時前後は、前夜に送信されたチケットの処理が終わり、その日のチケットがたまり始める前の時間帯です。最終的に、FRTは、サポート担当者の多くが1日の業務を終えて退社する午後6時前後にピークを迎えます。緊急性の低いチケットは、翌朝スタッフが出勤し夜間にたまったチケットの処理を始める通常営業時間帯まで、12~14時間待たされることもあります。

サポートチャネル

お客様が利用できるテクノロジーとアプリはかつてないほど豊富あり、製品やサービスの購入時をはじめとする企業とのやり取りのあらゆる場面で、お客様はそういったテクノロジーやアプリを使用します。電話やメールからTwitterまで、多様なチャネルを介してカスタマーサービスを提供することは、ますます重要になっています。そして、まだ知られていないチャネルが、次の新しいチャネルになるべく待ち構えています。またその一方で、多くの企業は、あらゆるチャネルで良質なサービスを安定的に供給するべく取り組んでいます。各種チャネルに対応した統合サービスを提供することは、ほぼすべての企業が直面しているオムニチャネルにおける最終課題です。



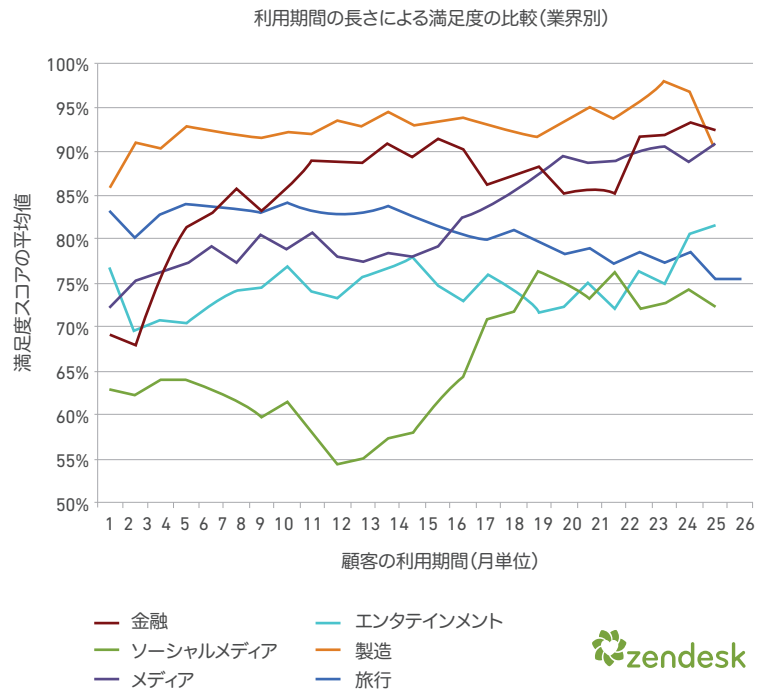
ここで、今日の企業が成果をあげている領域はどこか、データを見てみましょう。最も一般的なチャネル

である電話や、Zendesk Voiceのようなインターネット電話通信サービスは、最高レベルの顧客満足度を達成しています。次に高い顧客満足度を示したのはチャットです。これらの高評価のチャネルに共通する要素は、エージェントとお客様との間の1対1のリアルタイムなやり取りであるということで、このことがおそらく満足度の高さに寄与しています。

チャネルごとのデータを調べると、従来型の定評のあるチャネルほど顧客満足度が高い傾向があることが見て取れます。この傾向が、それぞれのチャネルに対する顧客の期待によって引き起こされているのか、あるいは単に企業が新しいチャネルに対して効果的なカスタマーサービス戦略の開発に苦心しているせいなのかは、議論の余地があります。多くの企業はソーシャルチャネル経由でお客様に良質なサポートを提供する方法について試行錯誤しており、そのことがTwitterやFacebookでの満足度スコアの低さをもたらしています。

利用期間の長さ

いくつかの業界については、企業とお客様がやり取りした時間の長さが、顧客満足度の大きな予測判断材料となりえます。「利用期間の長さ」は、顧客がZendeskのサービスを利用している期間の長さを示しています。そして、それは多くの場合、企業とユーザーがやり取りしている全期間に相当します。長い目でみると、一般に利用期間が長いほど、高い顧客満足度を示す傾向にあります。ただし、利用期間ごとに顧客満足度をプロットしてみると、カスタマーサービスの期間全体では、お客様による評価は何度も浮き沈みし、そのアップダウンの状態も業界によって大きく異なることがわかります。



GOODDATA

GoodDataは、堅牢なレポート機能を20,000社以上の企業とそのお客様に提供しています。データは複雑化することもあるため、お客様を確実に満足させるには、お客様が取り組んでいるものを理解し、お客様が洞察を得られるようなデータを提供することが不可欠です。

お客様を成功させ、満足させるために、GoodDataのサポートプロセスは企業全体に密接にかかわります。Zendeskでエージェントの役割を担う製品エンジニアリングチームとともに、GoodDataは、製品関連の問題を処理するために、いつでも顧客との対話に加わる用意があります。

さらに、Yammerインテグレーション対応のZendeskを使用するGoodDataでは、社内のあらゆる部署で満足感評価のすべての項目を見ることができ、Zendeskで収集した満足または不満足の評価と顧客のフィードバックが自動的に直接Yammerに投稿されます。

顧客満足度の評価

GoodData: 96%

ソフトウェア業界: 85%

gooddata.zendesk.com

SENDGRID

SendGridは、評価結果を予測するというやり方で、満足度評価をさらに一歩進めています。同社のサポートチームは、Zendeskが新しく開発した、チケットごとに満足/不満のスコアを予測する満足度予測アプリを試験的に導入しました。このアプリを使用して、SendGridでは、将来的に、特に注意が必要なお客様に対してカスタマイズしたサポートを提供することを目指しています。

満足度評価はチケットに関するものですが、顧客満足度はSendGridチームに対する評価指標となります。世界各地に3つのチームがあり、多数のエージェントがチケットに直ちに取り組めるので、チーム一丸となり、お客様に対して最良のソリューションを導くことができます。

顧客満足度は、SendGridに対する顧客の心情を測定する以上のものです。顧客満足度は、ビジネス上の意思決定を行う手段にもなります。さまざまなカテゴリでチケットの評価を分析することで、たとえば、大量の「不満」チケットが、月間の特定の時期に課金に関連している、といった傾向を見極めることができます。

顧客満足度の評価

SendGrid: 91%

Webアプリケーション業界: 86%

sendgrid.zendesk.com