



顧客体験中心型ビジネスへの 変革を実現する3つのステップ



今日の顧客が購入するものは、製品ではなく、体験です。そのため、顧客を引き付ける体験こそが、企業の競争力の源となります。事実、[Forresterの調査によれば](#)、顧客体験中心のビジネスへの変革を実現した企業は、そうではない企業に比べて1.4倍早く成長し、1.7倍高い顧客維持率と1.6倍高い顧客生涯価値を達成しています。このように、大きな成果をもたらす顧客体験中心のビジネスですが、多くの企業ではどのようにしてそれを実現するのが課題となっています。そのための第一歩は、テクノロジー基盤、人材、プロセスのすべてにわたり、顧客体験を提供するための戦略を構築する3つのステップから始まります。

1. テクノロジー基盤の最適化

顧客体験中心のビジネスへと変革するには、顧客体験をエンドツーエンドで管理し、パーソナライズできるテクノロジー基盤が欠かせません。この基盤は、あらゆる顧客接点と、現在および将来的に顧客が利用するあらゆるチャネルをまたいで、パーソナライズされた優れた顧客体験を大規模に提供できるものでなくてはなりません。ただ、この要件を満たすことは容易なことではありません。こうした基盤では、パーソナライゼーションやデータ管理、クロスチャネルキャンペーン管理、顧客体験の最適化、マーケティングオートメーション、電子メール、コンテンツ管理などに関するテクノロジーを組み合わせ、統合する必要があります。

しかし、これらの包括的なテクノロジーを統合して実装することがどれだけ困難であっても、顧客体験中心型ビジネスへの変革を成し遂げるうえでは避けることのできない課題です。さらに、この課題を大きくしていることは、優れた顧客体験を実現するために必要なソフトウェアや機能を提供する単一のベンダーが存在していないということです。そのため、顧客体験中心型ビジネスを推進するための基盤は、幅広いテクノロジーを統合でき、しかも開発者がカスタマイズしやすいように、コンプライアンスに準拠したオープンなものであることも求められます。

また、適切なテクノロジー基盤やテクノロジースタックを既に備えている企業であっても、適切なタイミングで顧客体験を提供するための最適化は欠かせません。さらに、優れた基盤を利用していても、効果的な顧客体験を提供し、競争力を高めるためには、多くの場合、外部の専門家によるアドバイスやサポートが必要になります。

1

テクノロジー基盤の最適化

2

エクスペリエンス志向の文化を醸成

3

効果的なプロセスの構築

2. エクスペリエンス志向の文化を醸成

どのようなテクノロジーを利用するとしても、顧客体験中心のビジネスへの変革を実際におこなうのは従業員です。しかし、変革の実現に適した人材を的確に配置できているかどうかは、組織にエクスペリエンス志向の文化が根付いていなければわかりません。こうした取り組みのひとつとして、人材の雇用やトレーニングを通じて、変革の遂行に求められる能力やマーケティングスキルを備えた専門のチームを編成することが挙げられます。また多くの場合、IT部門とマーケティング部門が外部の支援を受け、既存のテクノロジーを最大限に活用するための新たな方法を学び、身につけることも必要になります。

企業文化を変革するためには、組織構造やリーダーシップを変更しなければならないこともあります。ただし、どのような場合であっても、経営陣から顧客体験中心のビジネスへの変革について全面的な支持を取り付けることは必須です。こうした説得を成功させるには、変革が持つ重要性和収益に対する効果を経営陣に理解してもらわなくてはなりません。経営陣から支持を受けられなければ、思いも寄らない障害に遭遇したり短期的な失敗が発生したときに、変革の取り組みは頓挫してしまうでしょう。

3. 効果的なプロセスの構築

経営陣からの支持を取り付けたら、変革の目標と成功に至るまでのビジョンを共有し、段階的な目標を明確にしたロードマップを作成する必要があります。こうしたロードマップやデジタル変革の目標を達成するには、既存のプロセスやポリ

シーの変更、さらには新しいプロセスやポリシーの構築が必要になる場合があります。目標達成のためには、顧客体験に対する従業員の意識を高め、企業文化の変革を推進し、デジタル変革に対応するための能力を高められるプロセスとポリシーが必要であるからです。

また、顧客体験を強化し、効果的に提供するのに役立つ、実績のあるプロセスや手法も導入しなくてはなりません。例えば、チャンネル管理、顧客調査、トレーニング、チーム間のコミュニケーション、意思決定などに関するプロセスが必要です。さらに、結果を測定して改善や変更が必要な領域を絶えず特定するために、主要業績評価指標 (KPI) の実装プロセスも必要です。そのプロセスは、ビジネスの成長に合わせて、柔軟に拡大できなくてはなりません。

変革を簡素化し成功させる

企業はそれぞれに異なり、これらの3つのステップを進める順序も異なります。しかし、お客様の変革がどのようなフェーズであっても、Adobe Customer Solutions は、それぞれの企業に合わせてデジタル変革と企業文化の醸成をサポートします。アドビには、企業固有のニーズや業界に合わせて、顧客体験中心のビジネスに変革するための戦略を策定、構築し、成功に導いてきた実績と能力があります。デジタル体験の創出から継続的な最適化、イノベーションに至るまで、あらゆる段階でテクノロジー基盤、人材、プロセスの全てにおいて、顧客体験を中心に据えた変革を支援いたします。

アドビがお役に立ちます

顧客体験中心型ビジネスへの変革を進め、市場競争から抜け出すために、アドビがご支援いたします。

詳しく見る



Copyright © 2020 Adobe. All rights reserved.
AdobeおよびAdobeロゴは、Adobeの米国
ならびに他の国における商標または登録
商標です。

