

困難に立ち向かい 成長への道を拓く

【ハイテク業界編】

データから読み解くパンデミックの影響と今後の見通し



パンデミックの影響により社会が大きく変化し、ハイテク企業はそれに適応するという、大きな挑戦を余儀なくされました。しかし、それはまた、俊敏性と創造性を発揮することの意義、豊かな可能性を秘めたデジタル体験の力を、改めて知る機会にもなりました。アドビでは2020年11月、世界の171のハイテク企業と3,093人の消費者を対象とした調査を実施しました。その結果、パンデミックによってどのような変化が生じ、その変化が今後どのような影響を及ぼすのかを明らかにしました。

備えあれば憂いなし

変化に適応するための準備が整っていたハイテク企業では、個人に寄り添い、緊急性の高いニーズに対応したデジタル体験を提供することで、さらなる成功を収めました。

32%

パンデミックによる変化に適応するための準備が整っていたハイテク企業

離れていても、つながり続ける

パンデミックが発生した当初の3ヶ月間、ハイテク企業は顧客とつながり、従業員を支援することに注力しました。

当初3ヶ月間の主な変化：

53%

従業員の
共同作業のために
新ツールを採用

51%

デジタルエンゲージメントを
促進する新サービスの導入
(チャットボットや予約システムなど)

48%

消費者を支援するための
新たな手法の導入
(チャットボットなど)

デジタル体験は、総じて優れた成果を上げたものの、部分的には負の効果を生んだ

49%

顧客生涯価値が
向上

47%

ブランド力が
向上

47%

顧客リテンションが
向上

37%

バスケットサイズ
が減少

困難の中に好機を見いだす

パンデミックの影響により、今後数年かけて起こると予測されていたデジタル変革が、わずか数ヶ月で急速に進展しました。それには大きな困難を伴いましたが、変化への適応は避けては通れないものでした。そして多くの場合、優れた成果をもたらしています。

あらゆるハイテク企業がパンデミックの影響に苦慮し、その多くが困難な状況に陥りました。しかし、大多数の企業は適応することができ、1/3の企業は成長を遂げています。

20%

危機的な
状況に
陥った

47%

大きな混乱を
経験したが、
適応することができた

32%

サービスや
ソリューションに対する
需要が高まった

パンデミックは次のふたつを筆頭に、数多くの課題をもたらした

顧客行動に関するインサイトを獲得するための、
データ収集および分析 70%

テレワークの推進 70%

ハイテク企業はそれらの課題を克服

83%

10段階評価
≥ 8

最も優れた顧客体験
webサイトでの効果的な検索:81%

≤ 6

最も改善の余地がある領域
サポート情報を、デジタルを活用してセルフサービス形式で提供:16%
チャネルをまたいだ一貫性のある体験の提供:16%

消費者は、ハイテク企業の提供するデジタル体験に満足

82%

ハイテク企業のデジタルインタラクションを、
5段階中4または5と評価した消費者

また、従業員もデジタル体験に満足

62%

10段階評価
≥ 8

最も優れた顧客体験
デジタルコミュニケーション:81%

≤ 6

最も改善の余地がある領域
セルフサービス型の
研修手段の提供:15%

さらに、今後の見通しについても楽観的

次の各項目に対して、「強く同意する」または「同意する」と回答したハイテク企業

真に価値あるデジタル体験を顧客に
提供できている 84%

変化に適応するための準備が整っている 83%

デジタル体験は、従業員リーチとエンゲージメントに、
最も効果的な方法である 82%

デジタル体験は、顧客リーチとエンゲージメントに、
最も効果的な方法である 81%

この困難を乗り越え、さらなる成長を
遂げる 80%

デジタル体験が差別化の
要因となっている 80%

新しいデジタル体験のための新たな優先事項に取り組む

パンデミックにより、人とのつながりを求める人間の本質的なニーズが明らかになりました。より共感的で個人に寄り添う体験を提供し、そのニーズに応えることができれば、パンデミックからの回復力が高まり、次にどのような混乱が起きても対応できるようになります。

優れたデジタル体験に触れたことで、
高まる新興技術への興味

47%

AR (拡張現実) やVR (仮想現実)、AI (人工知能) 対応機器、自動運転などの新興技術を利用することに、「興味がある」または「非常に興味がある」と回答した消費者

顧客とハイテク企業の両方にとって、変化は続く

今後12ヶ月間継続する、とハイテク企業が予測している主な消費者行動

オンラインでの購入 62%

webサイトの訪問 59%

電子メールやチャットによる問い合わせ 53%

今後6ヶ月間の主なハイテク企業の変化

デジタルエンゲージメントのための新サービスの導入 (チャットボットや予約システムなど) 49%

消費者を支援するための新手法の導入 (チャットボットやカーブサイドピックアップなど) 48%

コールセンターの処理能力を拡大 44%

今後12ヵ月間、ハイテク企業は次の領域に注力

最優先事項

顧客向けの新しいデジタル製品やサービスの導入 44%

顧客トラフィックの急増に対応するために回復力や能力の向上 40%

顧客分析にもとづいた対応や意思決定をおこなう能力の構築または強化 40%

実装または拡張する主な領域

68%

クラウド基盤
(18%のハイテク企業は導入済みのため、拡張やアップデートをおこなわない)

65%

顧客体験の創出を支援するためのAI
(18%のハイテク企業は導入済みのため、拡張やアップデートをおこなわない)

57%

コンタクトレス決済
(27%のハイテク企業は導入済みのため、拡張やアップデートをおこなわない)

このような計画を推進するため、見込まれる予算の拡大

今後12ヵ月間、顧客のデジタル体験の改善に投資する予算

44%

18%

39%

増加

減少

変わらない

変化への適応には困難が伴います。しかし、多くの場合、それによって優れた成果を得ることができます。ここでは、パンデミックによってもたらされた多数の変化の一部をご紹介します。今後も続くことが予測されるトレンド、新しいデジタル体験に適応するためのベストプラクティス、詳細な調査データ、人間性を高める必要性など、変化に適応して成長するための方法をアドビのガイドで学びましょう。

[ガイドを読む](#)