

グローバル調査：モバイルとソーシャル技術が B2B のビジネスプロセスを変化-コンシューマーの行動が法人顧客にも

顧客は、優れたエクスペリエンスに対しては進んで 30% 高い対価を支払う

【2013 年 11 月 19 日】アバナードは営業プロセスと顧客の購買行動について CxO レベル役員及び IT 責任者に実施した調査結果を発表した。調査結果は、「IT コンシューマリゼーション」により、法人顧客が個人顧客の行動を取り入れるようになり、売り手による販売プロセスのコントロールが難しくなりつつあることを示しています。これにより、経営トップと IT 責任者にとって、カスタマーエクスペリエンスは価格設定よりも重要になっています。

調査結果の概要

- 顧客は、購入の際最も重視する意思決定要因として、コストよりもカスタマーエクスペリエンスの価値を挙げています。調査は、顧客は上質なエクスペリエンスに対しては進んで最大 30% 高い対価を支払うことを示しています。
- 企業は、製品やサービスに関する情報をコントロールすることが難しくなっています。調査対象の 61% が、製品やサービスの購入判断において、第三者のウェブサイト、他のビジネスパートナーや同業他社、ソーシャルツールの情報を、担当営業との対話よりも重視していると回答しています。
- この変化に応じて、カスタマーエクスペリエンスの改善のために採用を進めたり新部門を立ち上げたりする企業が現れています。IT とマーケティング部門がこれを主導することを期待されています。
- 調査対象の 70% が、今後 10 年で従来従業員が担っていた顧客対応を IT が代替することとなると回答しています。企業は、新技術への投資を行いビジネスプロセスや組織体制を大きく見直しています。企業の 80% 以上が、顧客対応の改善を目的として過去 3 年以内に最低 1 つのビジネスプロセスを変化させています。

調査結果の詳細については、<http://avana.de/CustJourney> を参照してください。

※英文元原稿

<http://www.avanade.com/us/about/avanade-news/press-releases/Pages/global-research-shows-mobile-and-social-technologies-complicate-b2b-sales-processes-page.aspx>

