

<メディアアラート>

2016年6月8日

報道関係者各位

グローバル調査: カスタマーエクスペリエンスマネジメントに投資する企業は 11%の収益増加を見込んでいることが判明

アバナード株式会社(所在地:東京都港区、代表取締役:安間 裕、以下アバナード)と、サイトコア株式会社(所在地:東京都港区、代表取締役:酒井 秀樹、以下サイトコア)は、両社の本社が6カ国の意思決定者を対象に共同で実施したカスタマーエクスペリエンスの重要性に関する調査結果を本日発表します。調査結果をまとめたホワイトペーパー、「Customer Experiences Whitepaper」(英文のみ)では、調査企業がカスタマーエクスペリエンス戦略をいかに活用し、メリットを生み出しているのか、またカスタマーエクスペリエンス戦略における課題、顧客との長期的な関係構築の重要性について記載されています。今回の調査で、カスタマーエクスペリエンス戦略に投資することは、ビジネスに大きなメリットをもたらすことが分かりました。さらには、カスタマーエクスペリエンスへの投資効果に関しては、1ドルの投資に対して3ドルの収益を生んでいることが明らかになり、こうした企業は今後12ヶ月間で、さらに11%の収益増を見込んでいることが分かりました。

顧客のライフタイムバリュー(顧客との関係性を維持することで、その間に顧客が企業にもたらす価値)に関しては、回答者の65%がライフタイムバリューの成長が利益率を向上する可能性があるとしています。なお、回答者の96%はカスタマーエクスペリエンス戦略を立案済みまたは立案中だと答えています。また、戦略を設けている回答者の92%が、カスタマーエクスペリエンス戦略は企業の優先課題のトップ3に入ると答えています。

今回の調査では、企業間の競争激化と顧客からのフィードバックが、カスタマーエクスペリエンス戦略に優先的に取り組む要因であることが明らかになりました。回答者の3人に2人は他社との競争を契機にカスタマーエクスペリエンスに優先的に取り組むべきだと認識したと答え、52%は顧客からのフィードバックが戦略の推進要因だとしています。

企業が効果的なカスタマーエクスペリエンスを提供するにあたり、いくつかの乗り越えるべき課題があります。今回の調査では、時代遅れのサービスやシステム、社内スキル不足、異なるチャネル間でシームレスなエクスペリエンスの提供が困難であることなどが代表的な例として挙げられました。

サイトコアの最高マーケティング責任者であるスコット・アンダーソン(Scott Anderson)氏は次のように述べています。「ブランドが真の意味で成功を収めるには、スタンドアロン型のマーケティングツールから脱却し、ブランドが有するあらゆるタッチポイントを活用したマーケティングを顧客に対して展開する必要があります。カスタマーエクスペリエンスとは、顧客一人ひとりがその瞬間に何を実現しようとしているかを把握し、そのインサイトに基づいて適切なブランドエクスペリエンスを創出することだと企業は理解すべきです。実際、調査回答者の半数近くは、カスタマーエクスペリエンス戦略に力を入れた結果、過去12ヶ月に顧客ロイヤリティが上昇したとしています。」

アバナードの最高マーケティング責任者であるステラ・グレ(Stella Goulet)は次のように述べています。「デジタルカスタマーは企業との関わり方について無数の選択肢を持っています。適切なカスタマーエクスペリエンス戦略があれば、あらゆるチャネルを通じてシームレスかつ一貫して優れたエクスペリエンスを提供できます。デジタル社会では競争激化が著しく、ブランドは従来のビジネスモデルを根本から見直し、あらゆる顧客とのタッチポイントで期待にかなう、あるいは上回ることで顧客を引きつけ、ビジネスにつなげ、長期にわたる関係を築くことを考える必要があります。」

アバナードとサイトコアのパートナーシップの詳細は、[こちら](#)をご覧ください。

本調査について

今回の調査は、2016年2月から3月にかけて、米国、カナダ、英国、ドイツ、オーストラリア、シンガポールの880人の意思決定者を対象にVanson Bourne社により行われました。ブランドデータは、金融サービス、小売、自動車、医療、メディアおよび通信、消費財を含む14業種にわたり、国、セクター、企業規模を反映させています。

アバナードについて

アバナードは、優れた人材とマイクロソフトのエコシステムにより、革新的なデジタルサービスおよびクラウドサービス、ビジネスソリューション、デザイン主導のエクスペリエンスを提供しています。アバナードのプロフェッショナルは、テクノロジー、ビジネス、業界に関する専門知識を組み合わせ、お客様とその顧客が求める成果を挙げるためのソリューションを構築・展開します。世界23カ国にデジタルでつながった2万9,000人の従業員を擁し、多様性と事業を展開する地域の社会を尊重するコラボレーティブな企業文化の下、お客様に最善のソリューションを提供しています。アバナードは、2000年に米国アクセンチュアおよび米国マイクロソフトにより設立され、アクセンチュアが筆頭株主を務めています。詳細は、<https://www.avanade.com/ja-jp>をご覧ください。

サイトコアについて

サイトコア(本社:デンマーク)は、企業・ブランドとのあらゆる接点において、顧客一人ひとりのニーズに合うコンテンツをコンテキストから判断して適切なタイミングで配信し、コミュニケーションの最適化を促進する「Sitecore® Experience Platform™」を提供しています。世界各国の大手企業や公的機関など4,600社以上がサイトコアのソリューションを採用し、コンテキストマーケティングによる「個客」エクスペリエンスを演出。生涯顧客の獲得へつなげています。主な導入企業は、American Express、Carnival Cruise Lines、EasyJet、L'Orealなどです。製品・ソリューション・サービスに関する詳細は、www.sitecore.net/japan/をご覧ください。

Sitecore®は、Sitecore Corporation A/Sの登録商標です。その他のブランド名および製品名は、各所有者に帰属します。Sitecoreは、提供する製品、サービス、仕様、価格を事前の告知なく変更する場合があります。

<本件に関するお問い合わせ先>

【報道関係者】

アバナード株式会社広報代理(エデルマン・ジャパン株式会社)
担当:須藤/樽松
TEL: 03-4360-9000 / FAX: 03-4306-9001
Mail: AvanadeJapan@edelman.com

サイトコア株式会社
広報担当 安部/堀内

TEL: 03-5413-6900 / FAX: 03-5413-6901
Mail: Japan_pr@sitecore.net