

CONNECTED FIELD SERVICE

カスタマーエクスペリエンス

顧客体験を刷新するための
ベストプラクティス

salesforce

service cloud

目次

- 3 フィールドサービス管理とは
- 6 つながるフィールドサービス管理を実現することの難しさ
- 9 最適なカスタマーエクスペリエンスのためのベストプラクティス
- 12 効率的なサービスデリバリーのためのベストプラクティス
- 15 フィールドサービス要員をパワーアップするためのベストプラクティス

はじめに

人々が何らかの形で常にインターネットに接続している現代、顧客が商品を購入する前から購入した後まで、すべての流れが結びつき、一貫性あるサービスを提供できることが重要となってきています。Walker 社による調査報告『Customers 2020』では、ブランドの差別化要因として、すぐれたカスタマーエクスペリエンスが、価格や商品そのものよりも重要であるという結果が出ています。つまりビジネスの成功は、すぐれたカスタマーサービスを提供できるかどうかにかかっているのです。

サービスに対する顧客の期待は、電話が唯一の問い合わせ手段だった時代から、大きく変わってきています。SNS やメール、Web サイトなど、あらゆるチャネルから問い合わせができるコンタクトセンターやエンゲージメントセンターは、つながりを活かしたサービス業務のあり方として主流になりつつあります。次につながるものが求められるのは、お客様先で修理やサポート業務を行うフィールドサービスです。サービスに納得がいかなければ、いくらでも他社に乗り換えることができる顧客をつなぎとめるには、オンラインだけでなくオンサイトのエクスペリエンスにも磨きをかける必要があるのです。

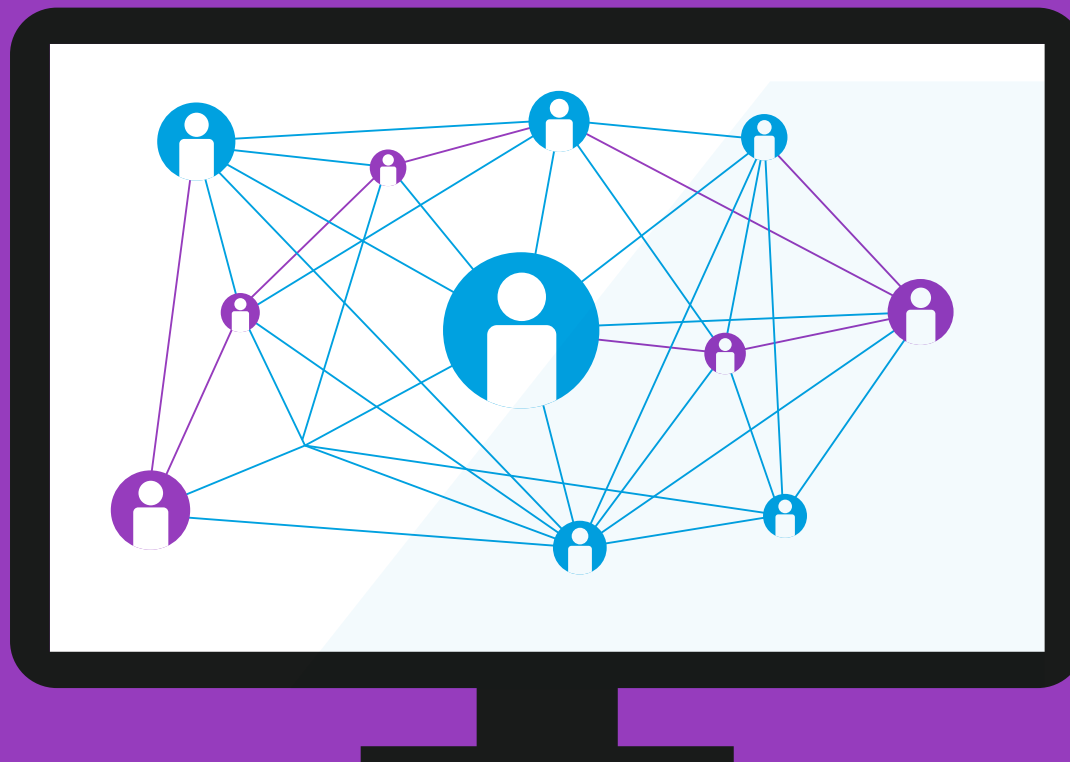
顧客がサービスに対して期待するものは大きく変わりましたが、企業はそれに十分に応えられていません。フィールドサービスとなると、なおさらです。これでは顧客の期待値と現実とのギャップは広がるばかりです。テクノロジーが企業と顧客との関係を一変させたように、フィールドサービスも顧客のニーズや期待を満たすサービスモデルへの変革を余儀なくされています。フィールドサービスのプロセス全体を改革するには何が必要なのでしょう？ カスタマーエクスペリエンスを生まれ変わらせるような、よりスピーディでスマートな、個別化したサービスを提供できたら？ さらに、顧客の期待を上回るフィールドサービスをコンスタントに提供できたら？ これまでにはないカスタマーエクスペリエンスを実現する、新しいフィールドサービスのカタチを見ていきましょう。

1

フィールドサービス 管理とは

すぐれたフィールドサービスを提供するために必要なことは、いたってシンプルです。

それは、「誰が、何を、どのように、いつ、どこで、誰のためにするのか」をしっかり把握することです。



フィールドサービス管理とは、サービス現場で実施する作業に関連する、すべてのタスクを管理することです。フィールドサービスにはさまざまな人が関与し、連携します。

- ・サービスを依頼する顧客
- ・サービス依頼を受けて作業指示を作成するエージェント
- ・フィールドサービス要員の専門分野や空き状況、現在地などにもとづき、適切な作業を割り当てるディスパッチャー
- ・作業指示を受けて現地を訪問し、作業指示に記載のサービスを責任を持って実施するフィールドサービス要員

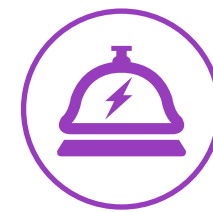
フィールドサービスが適切に実施されるかどうかはさまざまな要因に左右されますが、サービスに対する評価は、結局は現場で提供するサービスの質により決まります。

92%の経営者が、
顧客ニーズに合わせて
サービスモデルを
変えていかなければ
ならないと考えている。

つながるフィールドサービスに関する
Salesforce の調査 (2016 年)

世界中でさまざまな企業が、サービス提供のあり方を根本から変えようとしており、顧客もつながるサービスを当然のものと考えてようになっています。電話サポートであれオンサイトサービスであれ、カスタマーサービスへの期待はますます高まっています。

CSG International 社の調査によると、89% の顧客が Uber のようなシステムでフィールドサービス要員の手配状況を確認できるサービスを求めています。このように、爆発的に高まる顧客の期待に応え続けるのは、不可能とを感じるかもしれません。しかしながら、インサイトを的確につかみ、しかるべきテクノロジーを活用することで、顧客が企業に何を期待するのかを正確に把握することはできるのです。



2

つながるフィールドサービス管理を実現することの難しさ

顧客をファンにするカスタマーエクスペリエンスを実現するためには、顧客を知り尽くす必要があります。適切なインサイトを読み取れなければ、顧客が何を求めているかをいち早くつかむことはできません。一人ひとりの顧客を全方位から把握して初めて、初回対応でスピーディに問題を解決する最高のサービスを提供できるのです。



フィールドサービス業務の管理においては特に、問題解決に必要な顧客情報をいかにトータルに把握できるかが課題となります。現場のサービスチームと連携していない、サービス要員の割り当てが合理化されていない、モバイルに対応していない、CRMと連携していないなど、管理を難しくする要素は実にさまざまです。

こうした課題に取り組むために、多くの企業では複数のツールやソリューションを組み合わせて使用しています。しかし、Field Service Newsの記事によると、77%の企業がフィールドサービス管理にオンプレミスソリューションを使い続けているということです。その結果、せっかくの顧客接点が可視化されず、インサイトが得られないために、今のビジネスに欠かせない、全方位から顧客を理解する手段を持ちあわせていません。



適切な顧客インサイトが得られず、つながりのあるカスタマーサービスエクスペリエンスを提供できなければ、散々な結果が待ち受けていることは想像に難くないでしょう。問題解決にかかる時間は長引き、何度も問い合わせることを強いられた顧客が離れていってしまうのも、時間の問題です。Aberdeen Group 社の調査では、フィールドサービス要員による再訪の理由としてトップに挙げたのが、顧客に関する情報の不足です。こうした再訪によるコストは、1 回あたり 200 ～ 300 ドルにのぼるとされます。

エージェント、ディスパッチャー、そして現場のサービス要員が 1 つのプラットフォームでつながれば、サービス業務全体の流れがスムーズになり、顧客により一貫性あるエクスペリエンスを提供できることとなります。

サービスエクスペリエンスは、すべての瞬間が積み重なって形作られるものです。いかなるときも顧客の期待を上回り、より深い関係を築くためのチャンスとなりえます。こうした体験をサービス要員と顧客の双方にとって快適なものにできれば、先回りニーズに対応できる、より個別化されたカスタマーエクスペリエンスの実現まで、あと一歩です。

77%の企業が
フィールドサービス管理に
オンプレミスソリューションを
使い続けている。

Field Service News

3

最高のカスタマー エクスペリエンスのための ベストプラクティス

フィールドサービスに対して顧客が抱いている印象は、決してよいものではありません。サービス要員が約束の時間帯ギリギリに到着して、準備不足のために結局問題を解決しないまま帰っていった、という話も珍しくはないでしょう。顧客の期待ははるかに高く、このようなお粗末なサービスで満たせるものではありません。



あらゆる意味でリテラシーの高い現代の顧客に対し、スマートにそしてスピーディに、パーソナライズされたフィールドサービスを提供することはなかなか困難ですが、顧客にとってだけでなく、企業にとっても得るものは大きいでしょう。

いつでも適切な技術を持ったサービス要員が、必要な準備を整えて時間どおりに到着し、問題を解決してくれる。どのデバイスからでもサービスの依頼ができて、キャンセルや日時変更のためにエージェントに電話する必要がない。サービス要員の作業内容が可視化されていて、初回訪問で作業が完了することを確認できる——今やこれが、顧客にとって普通のことなのです。荷物の配達状況をネットで確認したり、スマートフォンでタクシーを手配して車の現在地をマップで確認したり、分刻みで何が起きているかを把握できるようになった顧客にとって、サービス要員が今どこにいて、何時に到着し、何時に作業を終えるのかを知りたいと思うのは、当たり前のことなのです。

83%の経営者が、
ビジネス全体の戦略において
サービス部門が重要な役割を
担っていると考えている。

つながるフィールドサービスに関する
Salesforce の調査 (2016 年)



フィールドサービス要員が個々の問題の詳細をすべて記憶しておくことを、顧客は求めているわけではありません。ただし、モバイルなどのテクノロジーを活用することで、サービスチームが連携して正しい情報にもとづいて答えを導き出せると考えているし、それを期待しています。

また、定期的なメンテナンスや製品ライフサイクルを通じてサポートが必要な場合は、メンテナンスのリマインダーや訪問スケジュールの提案、よく使うチャネルを利用したコミュニケーションなど、顧客側の負担を軽減するようなサービスを実現してほしいと考えています。

相手のライフスタイルにあわせたカスタマーエクスペリエンスを提供できれば、顧客の満足度と定着率は飛躍的に高まり、収益の大幅な拡大が期待できるでしょう。



4

効率的なサービス デリバリーのための ベストプラクティス

最前線で顧客に対応するサービスエージェントは、顧客の手間を省くカスタマーエクスペリエンスを提供するうえでカギとなる存在です。しかしながら、その実現は容易ではありません。さまざまなチャネルを通して膨大な数の案件を処理するエージェントには、効率よく業務を処理できるプロセスが必要です。



つながるフィールドサービスの実現には、顧客情報を把握する手段と、エージェントが簡単に使える作業指示管理ツールが不可欠です。顧客からフィールドサービス要員の派遣依頼を受けたとき、エージェントは相手に関するあらゆる情報とニーズを把握することで、適切な作業指示を作成し、スケジュールを設定できるようになります。

また、その顧客に関する情報のみを把握すれば十分というわけにはいきません。複数の製品を購入している場合、所有するすべての製品、競合製品を所有している顧客、複数の部品から成る製品など、派生するすべての情報を1つの画面で確認する必要があります。あらゆる視点から顧客の姿を捉えることで、クロスセルやアップセルの機会も特定できます。さらには、所有する製品を構成する部品にもとづいて、先回りしてサービスのニーズを予測することも可能です。

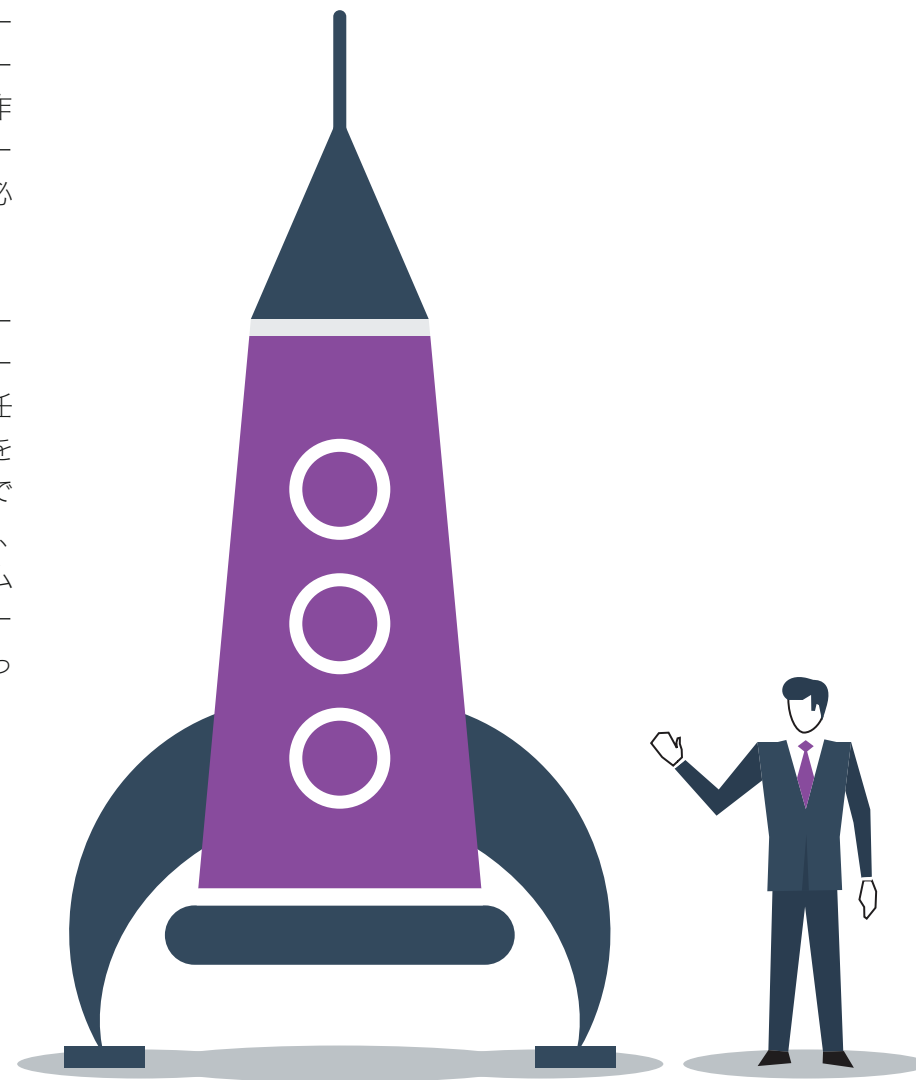
経営陣が把握している、
既存のツールに対する
サービスエージェント最大の不満は
スピード (45%)、次いで必要な情報に
アクセスできないこと (38%) である。

つながるフィールドサービスに関する
Salesforce の調査 (2016 年)



サービスのチャンネルが多様化し、変化のスピードも加速するなか、サービスコンソールからあらゆるケースの詳細な作業指示を作成できて、エージェントの負荷を軽減する管理ツールが求められています。作成した作業指示をモバイルで共有し、取引先、担当者、製品の購入履歴、サポートケース、サービス契約といったCRMのデータと連携できることも必要です。

フィールドサービスの次のステップは、ディスパッチャーによるスケジュールの調整です。ディスパッチャーには常に、適切な作業を適切なフィールドサービス要員に割り当て、効率よく期限内に作業を完了に導く責任があります。そのためには、スピーディかつ的確に作業スケジュールを組んで担当者を割り当て、サービスの提供状況をリアルタイムで把握できることが必要です。また、緊急対応が必要なアラートが発報されたら、フィールドサービス要員とコミュニケーションを取りながら、リアルタイムに変更を指示しなければなりません。これらを適切に処理するためのツールと情報をディスパッチャーが手にしていれば、エージェントと顧客にとって快適な、スムーズなサービス提供が実現します。



5

フィールドサービス要員を パワーアップするための ベストプラクティス

顧客に直接接するフィールドサービス要員は、カスタマーエクスペリエンスに大きな影響を与える立場にあります。そのやりとりの一つひとつが、顧客とのつながりが生まれるか、途切れるかを左右する瞬間なのです。また、フィールドサービス要員は大半の時間を社外での作業に費やしますが、既存のテクノロジーはモバイル対応の面で、彼らのニーズを十分に満たすものではありません。



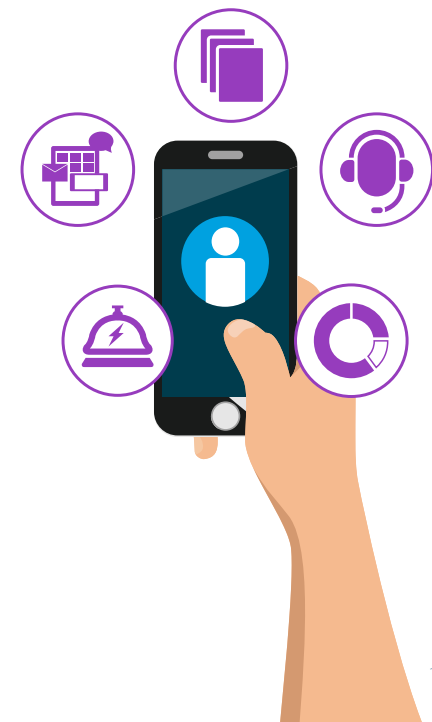
フィールドサービス要員は、常に最新の情報にもとづいて作業を進められるよう、作業指示をはじめ、進捗状況、スケジュール、在庫や顧客に関する情報に、外出先からもリアルタイムでアクセスできる必要があります。また、初回解決率を上げるには、業務遂行に欠かせないナレッジにモバイルからアクセスできることも不可欠です。フィールドサービス要員は常にすべての答えを持っているわけではありませんが、これはモバイル対応（あるいはオフライン接続でデータを確認できる手段）により解決できる問題です。必要なレポートやリソース、専門知識を持った人と、場所や時間を選ばずつながることができれば、情報が不足していたために後日あらためて出直すといった無駄を防ぐことができます。

Field Service Lightning

Service Cloud の最新ツールである Field Service Lightning は、豊富なインサイトを活用しながら、高まる顧客の期待に応えるための各種機能を提供。顧客の期待に応え、さらにそれを上回るには、フィールドサービス固有の課題を克服しなければなりません。Field Service Lightning なら、すべてがつながるカスタマーサービスエクスペリエンスを実現し、期待値と現実の差を埋めることができます。

52%の企業が、 フィールドサービス業務を 自動化できていない。

つながるフィールドサービスに関する
Salesforce の調査 (2016 年)





salesforce service cloud

未来の顧客サービスに向けて

Service Cloud なら、もっとスピーディでスマートなサポートを始められます。お客様が必要とするときに、必要な解決策を提供しましょう。競合他社をはるかにしのぐ個別化されたサービスで、新たなニーズにも対応。マルチチャネルサポートにより、お客様が使いなれたチャネルで問題が起こる前に対処し、顧客満足度を高めることができます。

デモを見る

48% 問題解決の
スピード

47% エージェントの
生産性

45% ケース解決時間の
短縮





CONNECT TO YOUR CUSTOMERS
IN A WHOLE NEW WAY



この eBook で提供されている情報は、あくまでもお客様の便宜のために提供されるものであり、一般的な情報提供のみを目的としています。セールスフォース・ドットコムが公開することにより、これを推奨するものではありません。セールスフォース・ドットコムは、この eBook に含まれる情報、文言、画像、リンク、またはその他の事項の正確性または完全性について責任を負いません。セールスフォース・ドットコムは、この eBook に記載されたアドバイスに従うことにより特定の成果が得られることについて、何らの保証をするものではありません。特定の状況に応じた具体的なアドバイスについては、弁護士、会計士、プランナー、ビジネスアドバイザー、プロフェッショナルエンジニアをはじめとする専門家にご相談されることをお勧めします。