



銀行業界向け
ソリューション

salesforce

顧客ロイヤリティを高める カスタマーエンゲージメントセンター

顧客接点強化への挑戦

社会環境が大きく変化する中、銀行業界の競争が激しさを増しています。国内市場は少子高齢化が進む一方、社会・経済の成熟化で消費者の価値観やライフスタイル、家計の状況などはますます多様化しているからです。新たな市場を海外に求め、ビジネスのグローバル化も加速。外資系企業のM&Aや金融業界に押し寄せるFinTechの波に加えて、ITを武器に流通業や

通信業など異業種との提携も、競争の激化に拍車をかけています。

また従来型の支店への来店に加え、電話やWeb、メールでの顧客対応、スマートフォンなどの利用を見据えた新しいチャネルへの対応も加速しています。それらに積極的に取り組むことで、銀行はより多くの顧客層にアプローチできるようになったのです。





部門ごとに情報が断絶された業務プロセス



縦割り組織ごとに設計・構築されたシステム



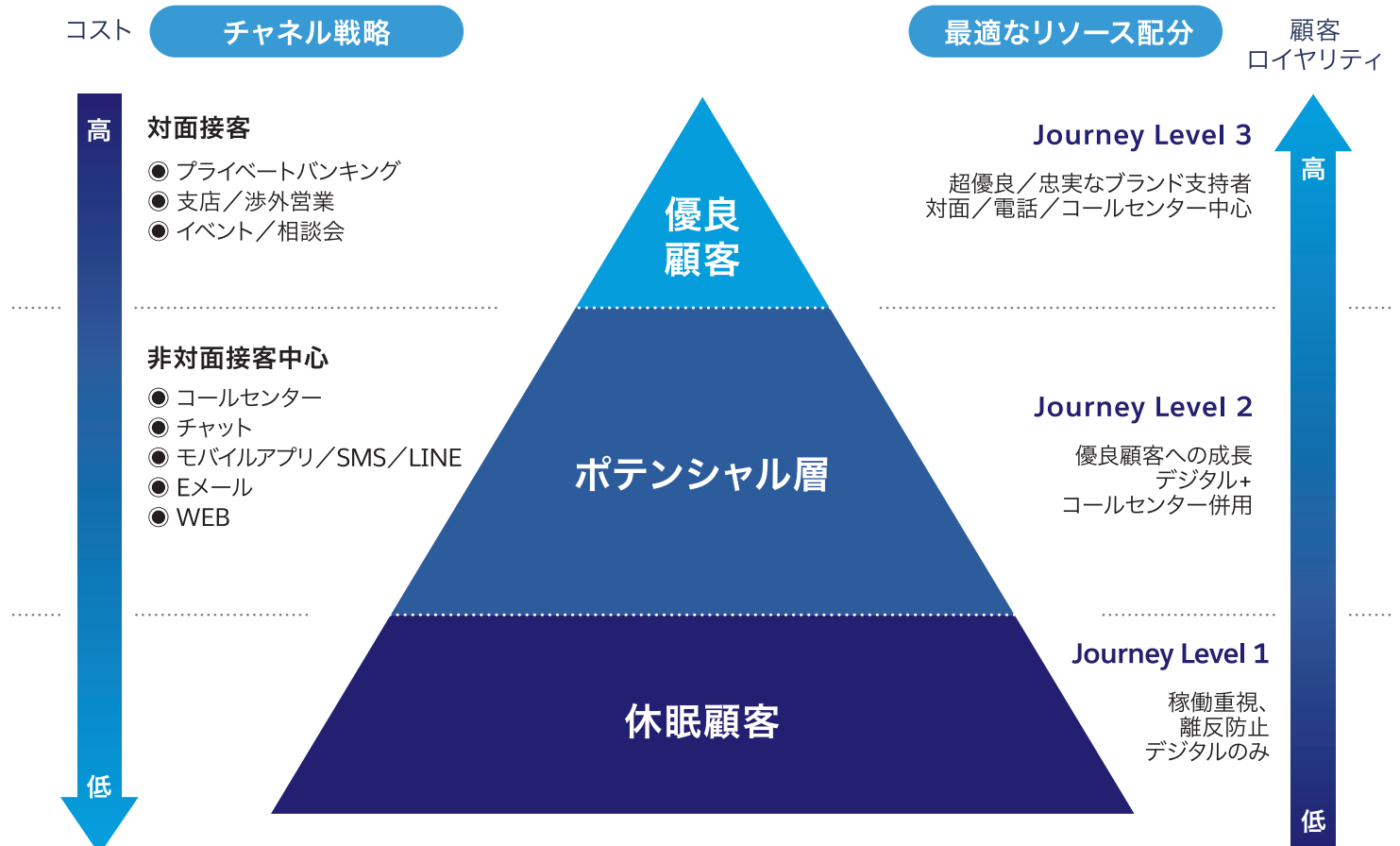
顧客満足度とロイヤリティの低下

● 部門ごとに分断、サイロ化された顧客情報

銀行への顧客ニーズは多種多様です。顧客が若者なのかシニア世代なのか、どのような価値観・ライフスタイルや人生設計を持つのか、そして現在、人生のどのステージにいるのかなどによっても、銀行との関わり方は変わってきます。

例えば20～30代のローン利用者を考えても、必要な情報の種類から情報収集の方法、借入・返済の手続き、アフターフォローまで、求められるサービスのチャンネルや対応手法は多様で、銀行は複数の部署が、相応の緊密度で顧客とコミュニケーションを行わなければなりません。

顧客レイヤーごとのチャンネル戦略 最適なリソース配分で休眠顧客を優良顧客に





クロスセル/
アップセルの実現



既存システムとの
迅速な連携



一貫した
顧客体験の提供

● 顧客情報と対応プロセスを全社で共有

これからは顧客が銀行を選別する時代です。顧客との関係強化を図らずには、熾烈な競争を勝ち抜くことはできません。顧客情報の部署間分断を解消し、迅速で最適なコミュニケーションを図り、高い顧客ロイヤリティを維持して「選ばれる銀行」として前進する。

そのためのソリューションとなるのが、Salesforce の業種特化ソリューション「カスタマーエンゲージメントセンター」です。いつでも、どこでも、チャンネルを選ばず顧客とつながる環境を提供し、顧客の属性や状況に応じた対応をサポートします。

サービスを提供するクラウド基盤は、設備、運用、技術のすべての基準においてFISC(金融情報システムセンター)のガイドライン

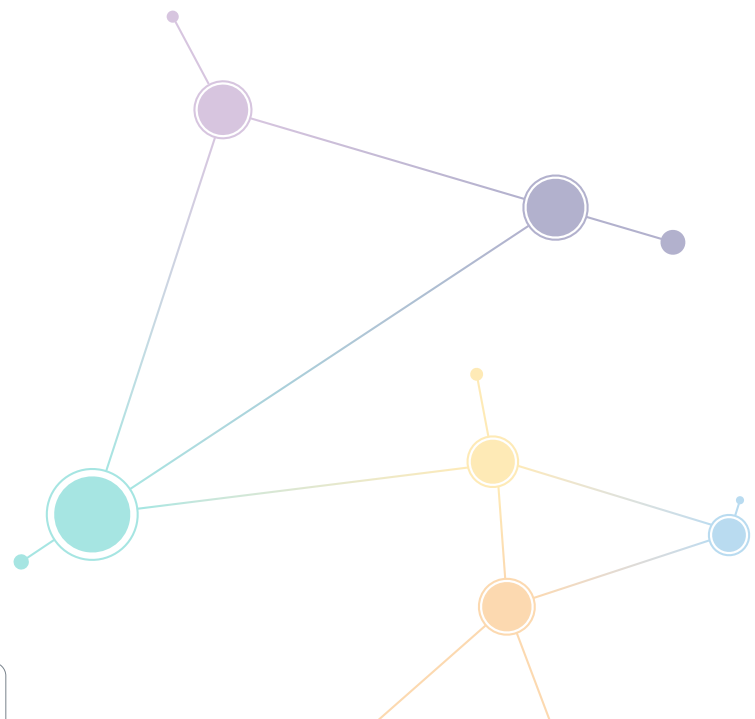
に準拠しており、ITガバナンスの観点からも各社のポリシーに合わせたリスク管理ができます。豊富なAPIを活用することで、基幹系システムとの連携にも対応でき、既存の顧客情報を活用した基盤構築も可能です。

顧客がある商品に対する問い合わせを行えば、その情報は対応履歴として全社で共有できます。顧客の状況をすべて理解した上で、どこからでも対応が可能になるため、商品の提案から契約、さらに契約後のアフターフォローまで、顧客を待たせないシームレスな対応が加速します。

● クロスセル/アップセルも可能に

顧客のニーズや状況に応じたプロアクティブな対応も可能になります。例えば、顧客の関心事・ライフスタイルや人生設計を把握・管理すれば、最適な商品をタイムリーに提案することも可能です。

クラウドサービスのメリットを活かせば、SNSとの連携により、顧客の“生のつぶやき”も捕捉できます。「自社の商品をどのように評価しているのか」「顧客対応に不満はないか」といった意見や感想を知ることによって、潜在的な課題の発見につながります。その課題を改善していくことで、顧客ロイヤリティは一段と高まり、クロスセルやアップセルによる収益の向上も見込めます。



顧客のライフサイクルと顧客価値に基づいたエンゲージメントモデルの実現

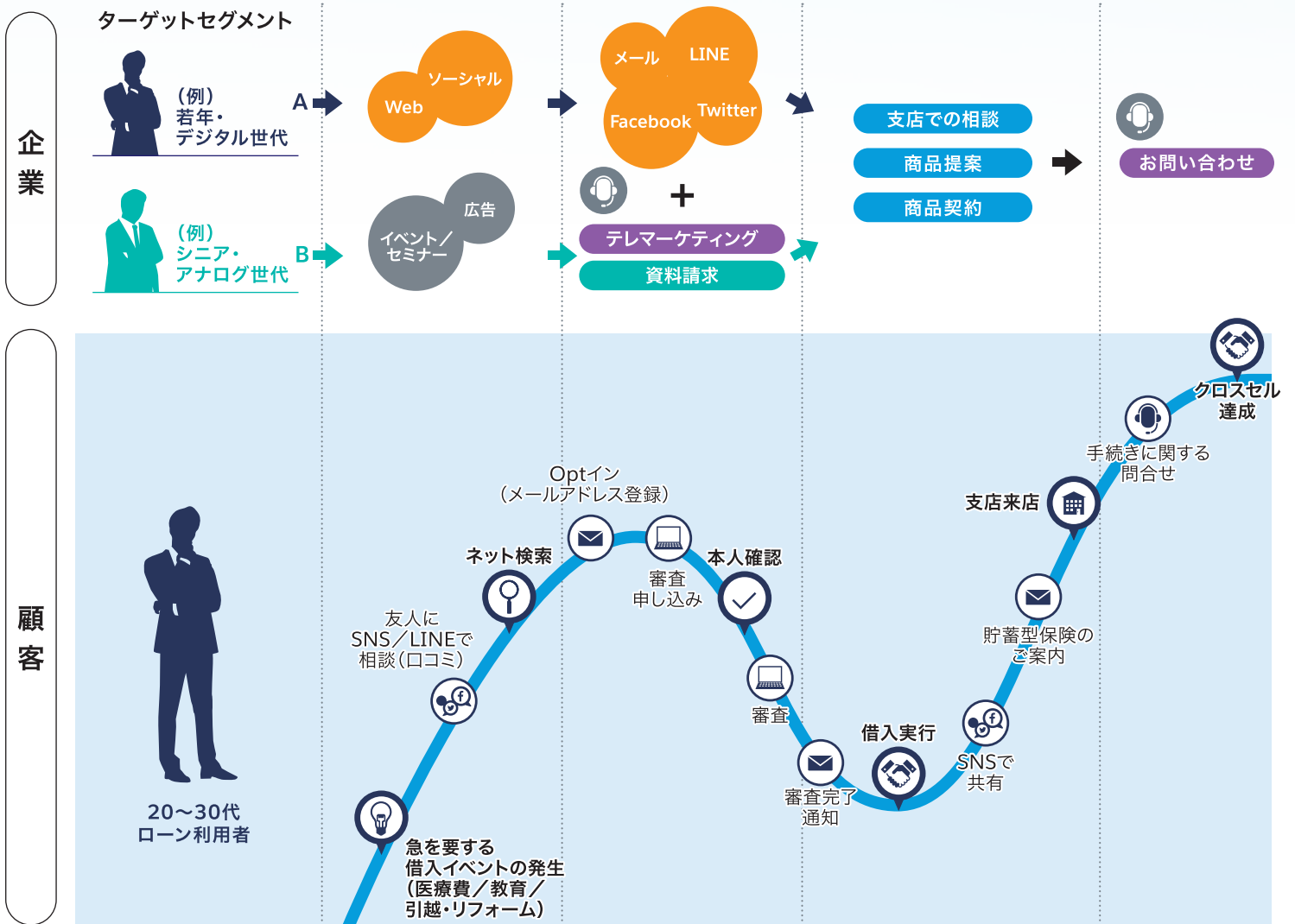
市場細分化
セグメンテーション

見込み客獲得
リードジェネレーション

見込み客育成
リードナーチャリング

営業活動
セールスプロセス

顧客維持活動
リテンション



デジタルマーケティング salesforce marketing cloud

コールセンター salesforce service cloud

店舗 salesforce sales cloud

● あらゆる方面から変革が着手可能なクイックスタート

一気に企業の変革を図ることは容易ではありません。しかし、Salesforce の「カスタマーエンゲージメントセンター」は簡単にどの部門からでも取り組みが可能です。拠点のコンタクトセンターにおいて統合基盤による顧客情報の一元化を図ったり、その仕組みを活用して、コンタクトセンターと連携することもできます。最終的に営業部門をはじめ、バックオフィスなどの関連部門に

全社展開していくことで、カスタマーエンゲージメントセンターへの変革が大きく加速していきます。

市場競争が激しさを増す銀行業界にとって、顧客志向のビジネスは必須の経営課題です。Salesforce の「カスタマーエンゲージメントセンター」は、次世代に向けた銀行の変革をサポートし、持続的な成長に大きく貢献します。

Before

チャンネルやライフサイクルでサイロ化されたエンゲージメント

情報の分断により、正確な顧客の状況把握が困難

一貫性のないカスタマー・エクスペリエンス

顧客満足度およびロイヤリティの低下

分断された非共有な情報

After

Salesforce で実現する「つながる顧客体験」

顧客のライフサイクルと顧客価値に基づいたエンゲージメントモデルの実現

一貫性のあるカスタマー・エクスペリエンス

顧客満足度およびロイヤリティの向上

顧客情報を全社で共有

Salesforce について

Salesforce は1999年米国カリフォルニア州に設立、以来クラウドベースでカスタマーサクセスプラットフォームおよび世界シェアトップのCRM（顧客関係管理）を提供し企業が顧客と新しい形でつながることを常に支援しています。

現在では営業支援・SFA、顧客サービス、マーケティング、コミュニティ、分析、プラットフォーム、IoT等の様々なサービスを展開、先進的なテクノロジーで多様化する顧客との接点を強化し、企業のビジネス変革を実現します。

株式会社セールスフォース・ドットコム

0120-733-257

www.salesforce.com/jp

info@jp.salesforce.com

Salesforce は salesforce.com,inc. の米国およびその他の国での登録商標です。またそのサービス名も salesforce.com,inc. の商標または登録商標です。その他各種製品名は、各社の製品名称、商標または登録商標です。© Copyright 2016 salesforce.com, inc.



@SalesforceJapan



/SalesforceJapan



JPsfdc