

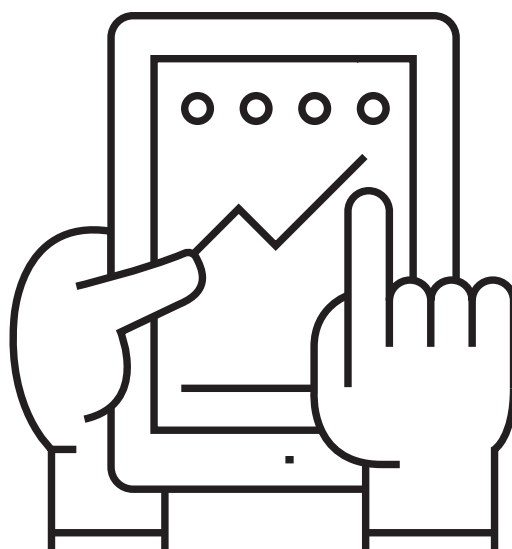
情報が勝敗を決める

市場での勝敗を左右するのは、質の高い
カスタマーエクスペリエンス (CX) を
実現する能力です。

ベライゾンがスポンサーとなり実施した調査によると、優位性を確保する鍵を握っているのはデータであることがわかりました。市場でのシェアを常に安定して確保しているブランドは、顧客がいつどのようなかたちで何を望んでいるのかをデータを活用して把握しており、一方でデータの扱いに際しては、プライバシーやセキュリティの保護に配慮しています。

CXに新たな価値を付加しブランドを強化するために、ベライゾンのレポート『CXの戦いに勝利するには』を是非ご活用ください。

[レポートの全文を読む](#) >



複数のタッチポイントを活用して戦略を策定

顧客はデジタルベースのCXを求めているが、企業とのやり取りで従来のチャンネルも引き続き利用したいと望んでいる。

55%

55%の消費者がCXの質を理由に、取引先の変更を検討しています。直接の会話できないこと(34%)や連絡先の電話番号が見つけやすいこと(21%)などの理由で多くの消費者が変更しています。



60%の消費者が、企業とやり取りするチャンネルを簡単に切り替えたいと望んでいます。

55%

18歳から24歳の消費者の55%が、最新のデジタルテクノロジー活用したCXを提供している企業に魅力を感じると回答しており、消費者全体の47%より高い数値となっています。



最前線で求められているのはパーソナライズと利便性の向上

新規のテクノロジーは、消費者の個人情報を取得して、顧客サービスの要求の増大に対応するカスタマイズされた利便性の高い取引を作成するのに役立ちます。

59%

59%の消費者が時間のかかるWeb取引は途中でやめています。

47%

47%の消費者が、競合企業の製品やサービスが安価でも、パーソナライズされた直感的なCXを提供している企業を選択しています。

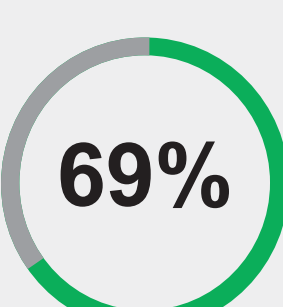


ライバルとの差別化には、顧客との信頼関係の構築が不可欠

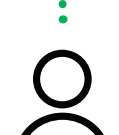
顧客から信頼されるブランドほど、個人情報の提供を受けられる可能性が高くなります。



92%の消費者が、個人情報がどのように使われるのか事前に知ることができなければ、企業に提供しません。



69%の消費者が、個人情報の扱いに関して「誠実さと透明性」は信頼獲得するために不可欠であると回答しています。

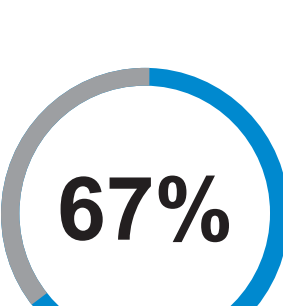


顧客の利益のために、倫理を踏まえ戦略的にデータを活用する

自身の個人情報を企業に提供する場合、消費者はそのデータが競争力の強化ではなく、消費者自身のために使われることを望んでいます。

69%

69%の消費者が、企業が個人情報の提供を求めてくるのは自社の利益のためだけであると考えています。



67%の消費者が、個人情報の提供によって企業から提供される最高のエクスペリエンスとして、ディスカウントやプロモーションを挙げています。

39%

しかし、レストランや小売業者が近くにある場合に自分の位置情報の追跡を許可すると回答している消費者の割合はわずか39%にとどまります。



データのセキュリティの確保に
気を配り、セキュリティが原因
でブランドに傷が付かないよう
にしなければなりません。

データの扱いが不適切であったり、データを盗まれたりすると、大きな損失を被るおそれがあります。

69%

69%の消費者が、競合他社よりも優れた取引を提供している企業であっても、データ漏洩が起こった企業は避けると述べています。

7%

重要性の高いデータ漏洩をした企業との関係を続けるかと回答した割合はわずか7%にとどまります。



verizon

enterprise.verizon.com/cxを是非ご覧ください。CXの向上に役立つさらに多くの情報をご確認いただけます。

ベライゾンのレポート『CXの戦いに勝利するには：次世代のCXがもたらすリスクと価値』は、15か国6,000人の消費者を対象に実施したWebのアンケート調査の回答と、カスタマーエクスペリエンスの専門家に行った定性的なインタビューの結果をもとにしています。この調査は、Financial Timesの関連会社であるLongitudeが担当しました。

© 2019 Verizon. All Rights Reserved. Verizonの名称およびロゴならびに、Verizonの製品およびサービスを識別するためのその他の名称、ロゴ、およびスローガンのすべては、Verizon Trademark Services LLC、あるいは米国またはその他の国における系列会社の商標およびサービスマーク、または登録商標およびサービスマークです。その他の商標およびサービスマークは、各所有者に帰属する資産です。