

2019年1月29日

報道関係各位

ガートナー ジャパン株式会社

ガートナー、顧客中心主義で成功している企業に共通する10の習慣を発表

「ガートナー カスタマー・エクスペリエンス&テクノロジー サミット 2019」
(2月19~20日、東京コンファレンスセンター・品川)において、
アナリストがカスタマー・エクスペリエンスに関する最新トレンドと知見を解説

ガートナー ジャパン株式会社 (本社:東京都港区、以下 ガートナー) は、デジタル・ビジネス時代において、顧客中心主義で成功している企業に共通する10の習慣を発表しました。

顧客中心型の企業は、顧客を中心に据え、顧客に固有の課題と期待、およびニーズの背景を理解しながら、その期待に応える製品やサービスを一貫して提供します。顧客中心主義の推進は、デジタル・トランスフォーメーションの実現に当たって、カスタマー・エクスペリエンス(CX) リーダーやCIOが検討すべき領域の1つです。ガートナーによる2019年のCIOサーベイでは、企業が期待するビジネス成果の上位に、CXの向上が挙げられていますが、日本企業は、グローバルの先進企業に比べ、消費者エクスペリエンスを改善するための取り組みが遅れていることが明らかになっています。

テクノロジー・イノベーションの加速度的な進化は、人々に新たな力をもたらしています。人々は顧客、ユーザー、そして従業員として、より多くのことを期待し、不満を言い、取引先や勤務先を積極的に変えるようになっており、さらにはそのようなエクスペリエンスを互いに共有するようになっていきます。ガートナーのアナリストでバイス プレジデントのオリーブ・ファン (Olive Huang) は次のように述べています。

「企業の業績は、自社ブランドがいかに顧客を維持・拡大していくかに懸かっています。それが、マーケティング・キャンペーンであれ、コンタクトセンターへの問い合わせであれ、請求書の処理や、サプライチェーンに依頼した配送であれ、企業は顧客とのあらゆるインタラクションにおいて、一貫したエクスペリエンスを提供する必要があります。また、適応性の高いCXを提供するためには、顧客の行動をリアルタイムに把握し、予期せぬイベントにも迅速に対応する必要があります」

顧客中心主義を推進し、顧客への対応を通じて、ビジネスを成長させている多くの企業には、共通する習慣があることを、ガートナーは明らかにしました。デジタル・ビジネス時代に顧客中心主義を進めるために必要な10の習慣には、以下が挙げられます。

1. 継続的に顧客の声 (VoC) に耳を傾ける:顧客中心型の企業は、顧客からさまざまな形で提供される個人情報を生かし、効果的なCXを推進しています。
2. 顧客からのフィードバックに確実に対応する:リスニングやVoC手法によって顧客から得たフィードバックを顧客とのコミュニケーションにつなげられない企業が多い中、顧客中心型の企業は、フィードバックに確実に対応しています。

3. 顧客のニーズを見越し、先回りして行動する:顧客中心型の企業では、より正確で適切な情報を顧客から収集できるようになっているため、CX担当者は顧客データを使用して状況に応じた効果的なCXを、先手を打って提供できます。
4. 顧客との共感を自社のプロセスやポリシーに組み込む:顧客中心型の企業は、顧客との共感を最初からプロセスやポリシーに組み込んでいます。
5. 顧客のプライバシーを尊重する:顧客中心型の企業は、顧客データをニーズの予測のために活用すると同時に、顧客のプライバシーを尊重しています。
6. 顧客の日常生活を通じて価値を提供する:顧客中心型の企業は、顧客の日常に寄り添い、顧客にとっての価値を提供します。
7. エンゲージメントを維持するよう従業員のモチベーションを高める:従業員エンゲージメントが高まれば、企業全体の生産性や従業員定着率の向上、および欠勤の減少などにつながります。顧客中心型の企業は、優れた従業員エンゲージメントを実現し、それをさらに優れた顧客満足へとつなげています。
8. ビジョンを構築し、実行する:顧客中心型の企業は、説得力のあるビジョンを確立し、改善のための体系的なアプローチを展開することで、CXを向上させています。
9. CXの向上に対する責任者を明確にする:CXの計画に責任者がいなければ、どれほど素晴らしい計画であっても実行時に役に立ちません。顧客中心型の企業では、CXを担う責任者を置いています。
10. 顧客のニーズや状況に適応する:テクノロジーは、これまでにない速度でビジネスを破壊しています。デジタル・ビジネスは、リアルタイムで顧客と関わり、彼らの要求や状況に適応することを意味し、成功している企業はそれを実践しています。

ガートナーは来る2019年2月19日(火)・20日(水)、東京コンファレンスセンター・品川(東京都港区)において「ガートナー カスタマー・エクスペリエンス&テクノロジー サミット 2019」を開催します。本サミットでは、「顧客戦略を極めよ ~顧客に選ばれる企業となるために~」をテーマに、CXに関する最新トレンドや最先端の知見、洞察を提供いたします。ガートナーのセッションでは、ガートナーの国内外のエキスパート10人による講演を予定しています。本プレスリリースの内容については、「デジタル・ビジネス時代における顧客中心型組織の10の習慣」(2月19日 12:30~13:15、11A)の中で、前出のファンが詳しく解説します。

本サミットの詳細については下記Webサイトをご覧ください。

<https://gartner.co.jp/event/cx/>

本サミットのニュースと最新情報は、ガートナーのTwitter (https://twitter.com/Gartner_jp)でもご覧いただけます(#GartnerCX)。

ガートナーについて

ガートナー (NYSE: IT, S&P 500) は、世界有数のリサーチ&アドバイザリ企業です。ビジネス・リーダーが今日のミッション・クリティカルな優先事項を遂行し、将来にわたって成功する組織を築くために欠かせない知見、アドバイス、ツールを提供しています。

ガートナーのリサーチは、エキスパート主導かつ、実務担当者からの情報に基づき、データを重視したもので、この比類なきサービスにより、お客様が重要な課題に対して正しい判断を下せるよう導きます。業界や企業規模を問わず、ほとんどすべての職務領域にわたり、ガートナーは信頼されるアドバイザーならびに客観性を備えたリソースとして、世界100カ国以上、1万5,000社を超える企業に支持されています。

ガートナーは、意思決定者が未来に向けてビジネスを推進できるよう支援します。
詳細については下記Webサイトをご覧ください。

<https://www.gartner.co.jp> / <https://www.gartner.com>

<本件に関する報道関係各位からのお問い合わせ先>

ガートナー ジャパン株式会社 広報室 白谷 祐加

TEL: 03-6430-1888 / Email: gartnerjp.press@gartner.com