

顧客を自社の「ファン」に育てていますか？ メールに電話にWeb、接点を有効に生かす

簡単にモノが売れない時代、一度顧客となってくれた人・企業には、是非ともリピーターになってもらいたい。購入後の満足度を左右するのはサポートやサービスの充実度である。

電話で問い合わせをした際、対応が確かどうか。購入した商品に応じた情報がスピーディに得られるかどうか。顧客は企業の「サービス&サポート」を厳しい目でチェックし、評価を下している。顧客との良好な関係づくり、つまりCRM(Customer Relationship Management)のあり方は業績を左右する重要要素の一つである。

顧客との接点は電話中心からネット活用へ多様化
従来はサービス&サポートとい

うと電話対応にコールセンターの整備が中心であった。しかしインターネットの普及によってメールやWebなど、接点は多様化。これらにシームレスに対応できないと、顧客の期待に応えきれない。

例えば、メールで問い合わせた内容について電話で確認してきた顧客にスムーズに対応できるだろうか。「電話の応対履歴は記録しているが、メールは別に保存しているのですぐにわからない」では、顧

客がっかりさせてしまう。またSNSやTwitterなど顧客同士が意見や知恵を出し合えるコミュニティにも有益な情報があふれている。これらも見逃さず、顧客サービスに役立てたいものだ。

サービス&サポートの充実にはIT活用が不可欠だが、気になるのはコスト面だろう。

コストの抑制と顧客満足度の向上—この二つを両立させるツールがセールスフォース・ドットコムクラウドサービス「Salesforce CRM」である。「Salesforce CRM」はマーケティング、セールス、サービス&サポートと、顧客にかかわる全プロセスをカバー。顧客サービス&サポートの領域は「サービスクラウド」と呼ばれており、メール、Web、電話、SNSなど、どの



お客様とのつながりも強くなる!

チャネルからの情報も一元管理できるのが特徴だ。

カスタマーポータルで顧客の問題解決を支援

便利な機能の筆頭に挙げられるのは「カスタマーポータル」。これは顧客ごとにWebページを開き、ログインすると購入した商品に関するFAQ、購買履歴に基づいた関連商品の案内など、一人ひとりに合わせた情報を表示できる仕組みだ。ポータルで問題をス

ピーディに解決できれば顧客は電話で問い合わせをしなくて済み、利便性が向上。企業側は電話対応のコストを削減でき、双方にメリットが出る。システム販売を手がける東京のアルゴグラフィックス社では、「Salesforce CRM」を活用して5000ユーザー分のカスタマーポータルをわずか2ヶ月で開設。過去の問い合わせ内容を分析して最適化したFAQ情報を提供している。高品質なサポート情

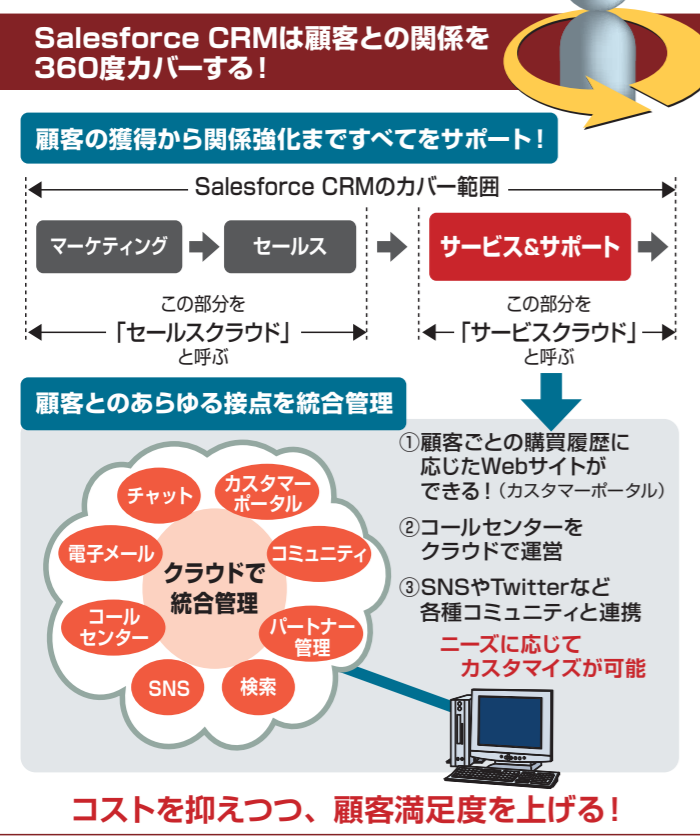
報によって顧客から高い評価を得ているという。二つ目はコールセンター機能だ。電話番号と連携して各種顧客情報が表示される確な対応を実現。クラウドはインターネットに接続できる環境があれば場所を問わないので、複数拠点の設置や在宅勤務など、柔軟な運営が可能となる。さらに、SNS・FacebookやTwitterなど、インターネットコミュニティ内にある情報との連携も特徴の一つ。製品・サービスに関するノウハウや「つぶやき」を「Salesforce CRM」にナレッジとして取り込んで顧客サポートに役立てたり、同サービス上から「つぶやき」をフォローしたりと双方向の行き来が可能になっている。

Salesforce CRMの紹介

Salesforce CRMにはいくつかのエディションがあります。本記事で紹介したサービスクラウド各種機能は、「Enterprise Edition」以上のエディションで利用いただけます。

月額利用料金：15,000円(税別)/ユーザー/月

○カスタマーポータル利用料金
1ログイン/ユーザー/月として(12回ログイン/ユーザー/年) 年間2,880円～
(1ユーザーあたり無制限ログインの設定もあり)
詳細はお問い合わせください。



このように、「Salesforce CRM」を使えば、顧客を360度カバーし、ファンに育てることができる。「顧客との関係強化を目指したいが多額の費用がかかって無理」とあきらめていた企業には、是非このクラウド型ツールを試してほしい。

お問い合わせ先
株式会社セールスフォース・ドットコム
電話:0120-733-257
まずは無料トライアルをお試しください!
<http://www.salesforce.com/jp/portal>

ITサービス
営業支援ツール
顧客関係強化ツール

カスタマーポータル完成
簡単に始められてお客様満足!

