

Optimize customer interactions based on data

Guidebook for DX Strategy

経営TOPが求める「DX推進とカスタマーエンゲージメントの両輪」

DX戦略 2020

カスタマーエンゲージメントを
高めるためのDX推進とは

speaker

株式会社ZOZOテクノロジーズ

金山 裕樹



パーソルホールディングス株式会社

友澤 大輔



カラクリ株式会社

小田 志門



多摩大学

福田 峰之



Repro

content

speaker



株式会社 ZOZOテクノロジーズ

金山 裕樹氏



パーソルホールディングス株式会社

友澤 大輔氏



カラクリ株式会社

小田 志門氏



多摩大学

福田 峰之氏

moderator



日本オラクル株式会社

サンタガタ 麻美子氏

What's Repro?

Session 3

経営TOPが求める「DX推進とカスタマーエンゲージメントの両輪」

法改正によって企業に益々求められるデジタルトランスフォーメーション、通称“DX”。このDXを推進するためには、経営と方針を握った上での現場での実践が欠かせません。加えて、カスタマーエンゲージメントを追求するためには、DXを前提としてデータに基づいた顧客接点の最適化を進める必要があります。本セッションでは、DXの専門家をお招きし、DXとカスタマーエンゲージメントをどのように両立するのかを解明していくインタラクティブなディスカッションを行います。

—DXの日本の現在の対応状況の問題

「DX推進、これからはDXだ。」という言葉が一人歩きしている気がします。と、セッションをスタートした日本オラクル株式会社CX担当マネージャーのサンタガタ 麻美子氏。経済産業省でマイナンバーカードの制度の導入を進めてきた福田氏は、デジタル化が進む中で、言葉こそ変わってはいるものの、一貫して行政効率の向上や、税の有効活用に努めていると語ります。その中でも、DX推進という言葉は今の旬。言葉が旬になる前に多くの人を巻き込んで推進していくことはとても難しく、早すぎても遅すぎても良くないといえます。

パーソルホールディングス株式会社グループデジタル変革推進本部の友澤氏は、楽天やリクルート、Yahooなどのキャリアを経て今までにもビッグデータ活用、IT化など、様々な形で企業の効率化は進められてきたといえます。その一方で、手段が目的化していたことが少なくな

かったと話しました。デジタルの技術に注目が集まるのか、それによって変革が起きるものに注目が集まるかはとても大切で、パーソルグループでも組織として、どのようにDX推進していくかは試行錯誤中と語ります。

これに対して、「いちばんやさしいグロースハックの教本」の著者であり、ZOZOテクノロジーズの代表取締役の金山氏は、DXという言葉が進行していることは事実であり、本当はもっとシンプルで「便利なものが出てきたからみんなで使いましょう」というだけなのではないですか？と会場に投げかけました。お客さんの求めているものや、自分たちの届けたいものを届けるために、より良い技術を使っていくことが大切だといえます。

友澤氏が、「人と技術が敵対しているというような印象を持っている人がいることで、説得コストがあるんですね。」と話す、金山氏は、「今は、19世紀の産業革命の知的労働バージョンが起きていて、あの時と同じことを繰り返して

ますね」とコメントしました。

カラクリ株式会社 代表取締役 CEOの小田氏は、「デジタルやAIは、どんなものなのかが分かりにくくて、19世紀の産業革命よりは分かりにくいものだと思っています。私たちもAIを使ってカスタマーサポートを自動化するということを推進していますが、誰でも使える画面で、AIは会社の仲間だよ。ということを伝えていくこと、AIに仕事が取って代わる中で人間が、あたらしい仕事に取り組む準備を徐々に進めていくことが大切だと思っています。」と語りました。

— 先端企業のDX推進のいま。推進ができた方法とは

「みなさんは会社でどのようにDXを推進していますか？」というサンタガタ氏。

ZOZOの金山氏は、「人間がやっていることを

対処していくのではなくて、デジタルでできることは何か？を全てリストアップして、それをやってから、足りていない部分を人間がやるという感覚でオペレーションを組んでいくことが大事ですね。」と語りました。

実際に多くの会社のカスタマーサポートにシステムを導入している小田氏は、コールセンターの人から反発が来ることはいままでにもあったそうです。システムのマスコットキャラクターを作り、ぬいぐるみにして社員証をつけてデスクに座らせてみると目に見えるキャラクターになったことで、抵抗感は薄れたといいます。

「Youtube、Google、InstagramにAIが搭載されているのに、なんで業務になるとAIが怖いってなってしまうんでしょうね。Amazonのレコメンドにはマスコットキャラクターはいらないのに。」と疑問を投げかける金山氏に対して小田氏が「仕事が奪われるという感覚ですよ。あと



は、たくさん勉強をしなければいけないという感覚があるのかもしれないですね。」と答えると「なくなる仕事リストなんてつくっちゃいけなかったんですよ！逆に生まれてくる仕事があるのに、そこに焦点を当てなきゃいけないですよ。」と金山氏が返答しました。

福田氏は、「頭を動かすことが仕事の人、危機感を感じずにむしろ手を動かさなくて良くなると思っています。手を動かす仕事をしている人は、自分の仕事を奪われるという感覚で恐怖を感じています。労働に対しての価値観を変えていかなければいけないんです。」といっています。

友澤氏は、以前にAIの話は一切せずに、「これはこういうツールでこういうことができます。便利でしょ？」というように説明をしたら、前に進むことができた経験があるといいます。DXとか、AIという言葉が反感を買うなら、目的を一緒

に達成していく目線で考えればよかったのかもしれないと自身の経験を振り返りました。

—CEを高めるためのDX推進とDX推進に課題を持つ企業に必要な人材とは？

今回のテーマは、カスタマーエンゲージメントとDX推進になっています。自動化される中でユーザーの体験はどのように設計していくべきですか？とモデレーターのサンタガタ氏が尋ねると、カラクリの小田氏からまずカスタマーサポートはカスタマーの悩みを早いタイミングで解決するということが大切だと話がありました。また、福田氏はフロントはあえてアナログにしながら中で回答を持っているのは実はAIというコラボレーションがあれば、ユーザーの体験は最大化されるのではないかと話します。



人材や小売をインターネットを使って行ってきた友澤氏からは、キャリアアドバイザーも販売員も、リアルであることの重要性はまだある。その一方で、過去のデータ学習によって優れたキャリアアドバイザーや販売員を育成することができるようになると思います。

サンタガタ氏は、ツールを入れることはできているけど、使いこなすまでのところで失敗している会社が多いと思います。そういったコンディションの状態、チームをリードしてくれる人が必要だと思うのですが、いかがですか？と登壇者に投げかけました。

勝手にやれよ若者。好きなようにやって、結果だけ持って来ればいい。という上司がいる年生会社は推進がうまくいくのかもしれない。と話すのは福田氏。このようなタイプの人か、本当にデジタルに詳しい人がマネジメントの層にいないと推進はうまくいかないのではないかと思います。

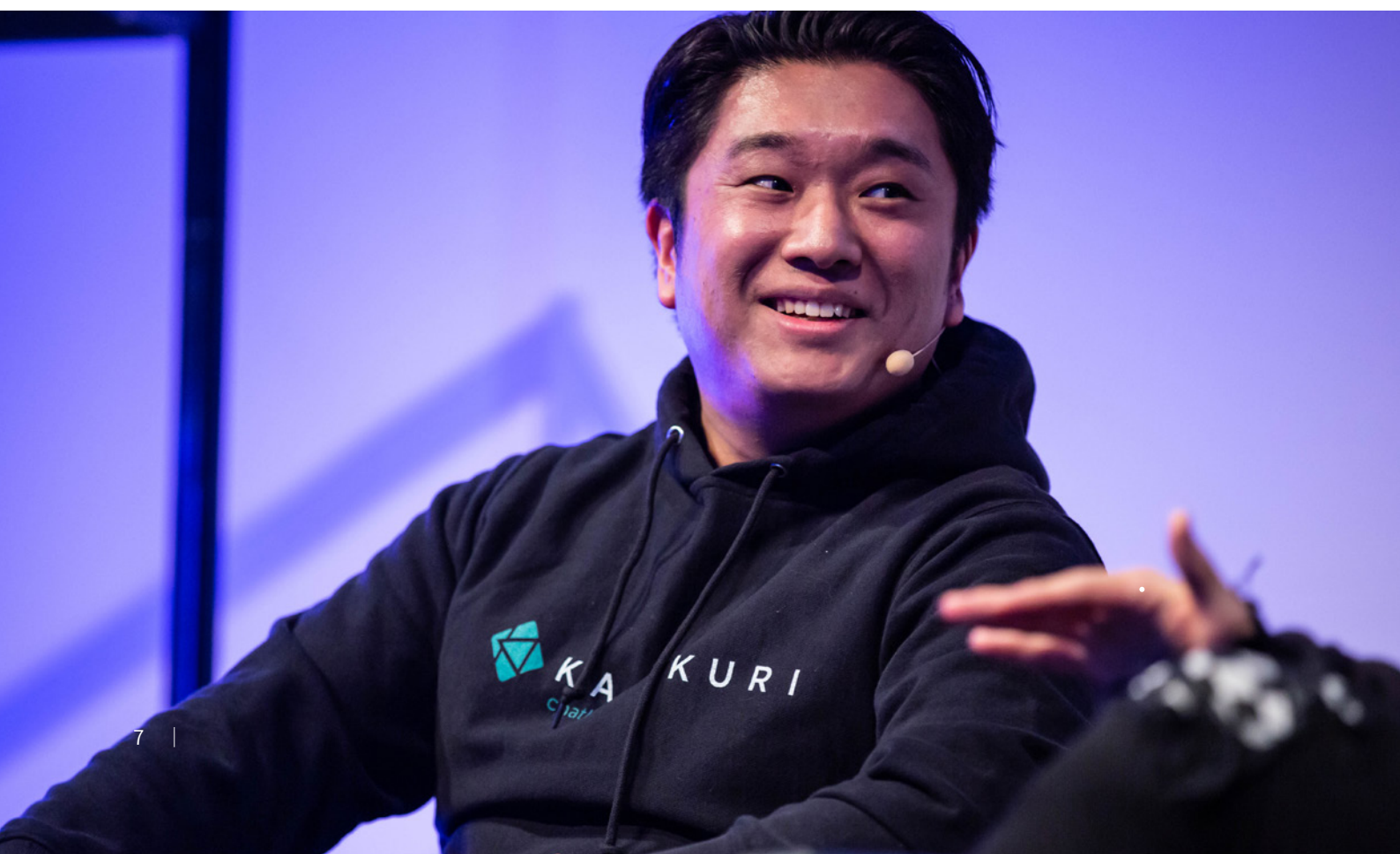
—最後に

「最後に、みなさんからDX推進に困っている企業の方々に一言をお願いします。」とサンタガタ氏が質問を投げかけ、福田氏からは「どんな立場の人も、何か新しいことを一つだけやってみる。そんな簡単にうまくいくものでもないのに、嫌なことが起きたら壺に向かって叫んでみるぐらいで気軽にやってみればいいと思います。」といえます。

金山氏は、「DXができない問題は、英語が喋れない。ダイエットできないに近いのかなと思います。まずは小さくても何かやらないとできないと思った方がいいです。友澤さんですらこんなに苦労しているのだから、失敗する前提でやってみればいいと思います。日本では、人をクビにするのも、給料を下げるのも難しいから、リスク恐れずやってみればいいと思います。」と笑いながら答えました。



最後に小田氏は、Googleが簡単に使えるツールを無料で提供していたり、簡単な内容は、Youtubeで勉強できたりするのでまずはやってみましょう。とセッションを締めました。

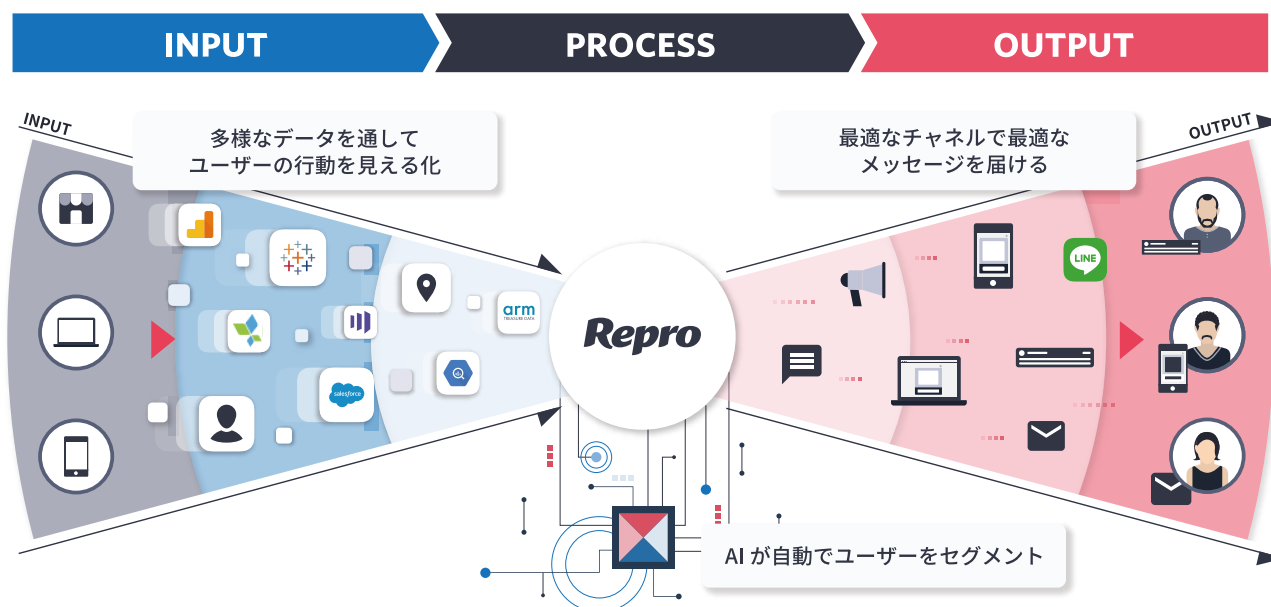


What's Repro?

情報過多により、自社が発信する情報を新規ユーザーに届けるのは困難です。適切なコミュニケーションによって、顧客にサービスを長期間使い続けてもらうことが重要になりつつあります。



Repro は顧客データを活用し、メールやプッシュ通知、Web やアプリ内ポップアップなどのチャンネルを横断したコミュニケーションを実現します。



Repro |

Repro株式会社

☎ 03-6687-9783 (受付時間 平日11:00-18:00)

✉ info@repro.io

Reproに関して、ご興味や疑問点がある方はお気軽にご連絡下さい。

Reproを導入検討の方へ

あなたの課題にあった適切なプランをご提案いたします。
まずは下記フォームより貴社についてお聞かせください。

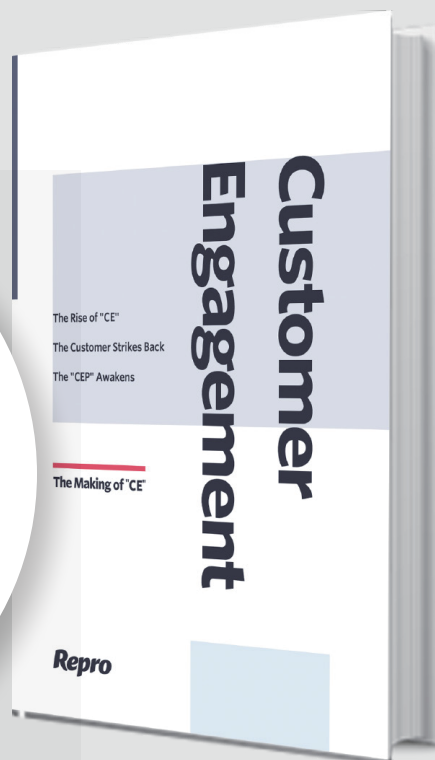
Reproから自社の課題に合わせた
最適な提案を受ける

その他おすすめ資料

詳しくお知りになりたい方は、
以下のリンクから資料をダウンロードしてください。

資料をダウンロードする

これから重要となる
マーケティングの概念
「カスタマーエンゲージメント」
についてご紹介しています！



Repro