



Best Customer Support
of The Year 2023

特別賞(カスタマーサクセス推進)

サイボウズ株式会社

ビジネスモデルの変化に合わせた CX 設計とプロフィットセンター化

「kintone」や「サイボウズ Office」などグループウェアサービスを手掛けるサイボウズ株式会社は、2011 年からクラウド&サブスクリプション型へビジネスモデルの転換を図っている。クラウド&サブスクリプション型サービスは従来のパッケージソフトウェア型と比べると、顧客にとって比較的容易にスタートしやすくなった。その反面、顧客の業務に定着しなかった場合、手軽に辞めることもできるという側面もある。そのため、同社では、解約防止を重要なテーマとして掲げていた。

しかしながら、顧客の業務に定着しない理由や要因は多様であり、コンタクトセンターだけで解約防止に取り組むことは、非常に難しくなっている。そこで、同社ではカスタマーサクセス部門を立ち上げ、解約防止と顧客企業内のグループウェア活用の定着・浸透に取り組んだ。それが今回の「CX 設計とプロフィットセンター化」という取り組みである。

具体的な取り組みとして報告された一例が、「ヘルススコア」の開発である。この「ヘルススコア」は、グループウェアのアクセスログから①顧客の行動力、②社内における活用度、③社内への浸透度合いを推し測るものとなっている。実際に 2021 年度に契約した顧客データを分析したところ、「ヘルススコア」の低さと、解約率の高さの間に負の相関があることを確認した。以上の試みから「ヘルススコア」の低い顧客は、解約する可能性が高いことが示された。

次に、「ヘルススコア」が低い顧客、つまり解約する可能性が高い顧客に対して、優先的に支援を行うことにした。2022 年以降にカスタマーサクセス活動対象としてリストアップした約 3,000 顧客のうち約 3 割に支援を実施した。支援実施しなかった顧客群の解約率が 21.6%であったのに対し、支援実施した顧客群の解約率は 10.3%であったことから、カスタマーサクセス活動が解約防止に寄与したことが示された。

今後の課題としては、CX 設計に沿った顧客体験を提供できる人材の採用と育成やナレッジシステムやチャットボットなど AI の活用などが挙げられた。また、「ヘルススコア」の更なる改良など、課題も残されているとの報告があった。

しかしながら、カスタマーサクセスの重要性を問い、カスタマー部門のプロフィット化を目指した取り組みは評価でき、一定の効果が見られたことを評価し、特別賞(カスタマーサクセス推進)を授与する。