

訪問者のオンライン体験を可視化し、 強力なレポート機能で 離脱の原因を特定するソリューション

背景

アクセス解析ツールでは見えてこないお客様の真の行動や体験

お客様体験に関する認識のギャップ

Webサイト、およびモバイルアプリ上でのお客様体験に関する考え方には、企業とお客様の間の認識に大きな違いがあるとされています。例えば70%近くの企業が「自社は良質なオンライン体験」を提供していると考えているのに対して、50%以上のお客様が「質の低いオンライン体験」が原因で操作を取り止めたとしています。同様に80%以上の企業が「自社のお客様を個人として理解している」と考えていますが、「自分が理解されている」と感じているお客様は40%弱しかいません。

それでは、なぜ企業とお客様の間でこのような認識の違いが生じるのでしょうか。1つの理由として、お客様のデジタル体験が常に変化していることが挙げられます。お客様が使われるスマートフォンなどのデバイスは1、2年という短い期間で切り替わっています。また、Webブラウザも、機能強化などのために頻繁にバージョンアップされています。そして、このようなお客様が使われるデジタルデバイスの変化に合わせて、企業もWebサイトやモバイルサイトをリニューアルします。ただし、サイトに想定外や潜在的な不都合があり、それに気づけなかった場合、企業とお客様との間に顧客体験に関する認識の違いが生じてしまいます。

原因となったお客様体験までは分からない。「どこで」離脱したかは把握できても、「なぜ」離脱したのかは分からない。

デジタルデバイスに慣れ親しんでいるお客様は、Webサイトやモバイルアプリに対して常に高度な品質を求めます。このためサイトで不快な体験をしたり、モバイルアプリの品質が悪かったりすると、即座にSNSなどでコメントとして拡散されます。このようなお客様の不評は瞬く間に世界中に広がり、それまで地道に築き上げてきた企業イメージが一瞬で崩れてしまうこともあります。

ではサイトの品質が適正であることや、問題が潜んでいないことは、どのようにして把握すればよいでしょうか。多くの企業では、お客様からのアクセス状況を分析することで、この課題を解決しようとしています。しかしこれまでのWebアクセス解析ツールでは、どのページでお客様が操作を断念して離脱したかは分かりましたが、お客様のどのような体験が原因となっているのかまでは特定できませんでした。

全体像

お客様のすべての行動や体験をキャプチャー、リプレイし、強力なイベント、レポート管理機能を用いて問題の原因を特定。

サイトおよびモバイルアプリ上でのお客様の行動を「可視化」

どのような体験が原因でお客様が操作を断念して離脱したかは、IBM Tealeaf(ティーリーフ)で知ることができます。IBM Tealeafは、Web/モバイルサイトでのお客様の行動をキャプチャーし再生して、サイトの問題を特定、解決するためのソリューションです。IBM Tealeafでお客様体験を知ること、離脱の原因を特定して潜在する機会損失を回避し、お客様満足度、およびロイヤルティ向上を実現し、企業のブランド価値をより大きなものにできます。

IBM Tealeafでは、1つ1つのクリックから入力した文字に至るまで、サイト上でのお客様の行動をすべて全てキャプチャーしており、強力な検索機能を使用し、お客様の行動を可視化できます。これによって、これまでのWebアクセス解析ツールでは解決できなかった「なぜ、お客様が離脱したのか」を知ることができます。お客様が何を見ていたのか、何を入力されたのか、そのとき、どのようなメッセージが表示されていたのか。IBM Tealeafは、このようなサイト上でのお客様体験をすべてキャプチャーして再生します。しかしサイト上のストラグル(お客様のもがき、イライラ体験)は、どこに潜んでいるかが分かりません。このため一定の間隔でお客様の行動をサンプリングするWebアクセス解析ツールでは、ストラグルの原因を見落としてしまう恐れがあります。IBM Tealeafではお客様のすべての行動をキャプチャーしているため、ストラグルの原因を見落とすことはありません。

お客様行動を基にユーザビリティや収益を向上

IBM Tealeafでは、サイトでのお客様とのやりとりに一切影響を与えずに、その内容がすべてキャプチャーされます。これはHTTPによる通常のトラフィックだけでなく、HTTPSで暗号化されたトラフィックでも同様です。そしてトラフィック内のお客様とのやりとりに含まれるあらゆるデータからレポートを作成できます。作成したレポートは、さまざまな視点で再表示したり、特定の内容をドリルダウンしたりしてより詳細な



Tealeafは、すべての顧客のすべてのインタラクシヨを常にキャプチャーします。

データを確認できます。もちろんレポートのベースはIBM Tealeafがキャプチャーしたお客様の行動ですので、特定のお客様の行動をドリルダウンして確認することもできます。さらに商品をカートに入れた後に離脱したお客様のデータを基にすれば、その機会損失が収益にどのように影響したかを具体的な金額で知ることができ、問題解決のための優先度の判断材料として生かすことができます。

またIBM Tealeafの自動ストラグル検知を使うことで、あらかじめ想定した条件に一致したお客様の行動を抽出してその原因を分析できます。例えば特定のページ間のループを条件に設定しておくことで、それらのページを繰り返し表示しているお客様を見つけ出し、そのような迷いが生じた原因を把握できます。

IBM Tealeafの「ヒートマップ分析」や「入力フォーム分析」を利用すれば、Webサイトのユーザビリティを向上させることもできます。ヒートマップ分析では多くのお客様がとった行動や滞在した個所を視覚的に把握できます。入力フォーム分析では入力時間や、離脱したお客様の割合などを入力フォームごとに知ることができます。さらにWebサイトへのアクセス途中で離脱したお客様をリストに出力することで、その内容を基にIBM Campaignなどのアウトバウンドマーケティングソリューションによって収益のリカバリーを図ることもできます。このような機能を提供するIBM Tealeafは、モバイルサイトも強力にサポートしています。タップ、フリック、スワイプ、ピンチといったモバイル機器特有の動作もキャプチャーし再生できます。



全体像

顧客体験の可視化は、マーケティングだけでなく開発やカスタマーサービスにも寄与

IBM Tealeaf でお客様体験を分析することで、それまでのWebサイトアクセス分析では見えていなかった問題が顕在化します。例えばあるレンタカーの会社では、配車を確定するページでのお客様の離脱が多いことは分かっていましたが、その原因は不明でした。ところがIBM Tealeaf を使ってお客様の行動を保存して再生してみると、配車時刻を設定するフィールドをデフォルトの午前0時にしたまま、お客様が配車確定のボタンをクリックしていたため、配車可能な車両がないと表示されていたことが分かりました。そこで、配車時刻のデフォルト値を午前8時に変更すると、顧客の離脱を抑えることができました。

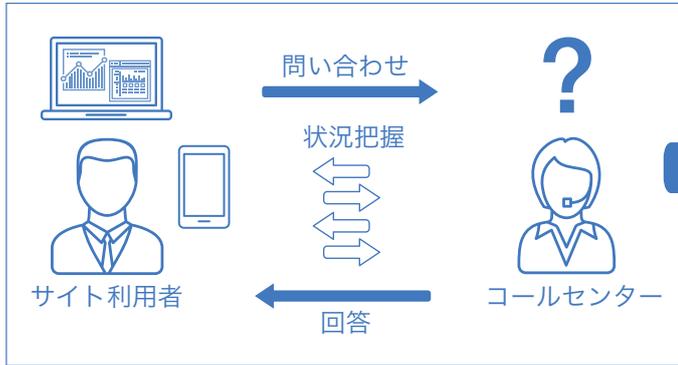
開発やカスタマーサービスでの利用

IBM Tealeaf によるお客様体験の可視化は、マーケティング部門でのコンバージョン率アップや収益の回復だけでなく、他の部門でのコスト削減にも寄与します。例えばIBM Tealeaf でキャプチャーしたお客様体験の内容を、サイトを開発するIT部門のメンバーと共有することで、ユーザビリティを向上させたり、問題解決のために費やす開発コストを削減したりできます。同様にカスタマーサービス部門では、同じ問題を抱えるお客様からの問い合わせへの対処時間を短縮し、運用コストを削減できます。

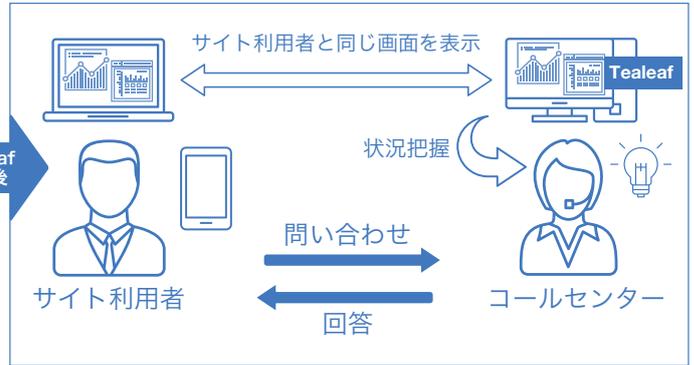
コールセンターでの利用

IBM Tealeaf はWebサイトでのお客様体験を分析だけでなく、コールセンターでのお客様への対応にも活用できます。通常コールセンターでの問い合わせ対応では、お客様の利用状況を確認したり問題を理解したりするために、お客様とのやりとりが数多く繰り返されます。このようなやりとりはお客様に不快な思いをさせることが多く、多くのお客様がコールセンターに問い合わせることなく製品やサービスの利用をあきらめて離れていきます。またコールセンターのオペレーターも長い時間をかけて一人のお客様に対応しなければならず、オペレーターの疲労だけでなくコールセンター全体の運用コストも増えます。このようなコールセンターでの課題はIBM Tealeaf で解決できます。IBM Tealeaf でお客様の行動をキャプチャーしておけば、コールセンターのオペレーターは、ユーザーIDなどでお客様を特定するだけで、お客様の利用状況を再生して視認し、短時間で適切なアドバイスを行えます。

一般的な問い合わせ対応業務イメージ



Tealeaf を活用した問い合わせ対応業務イメージ



コールセンターでの活用例

まとめ

IBM TealeafはこれまでのWebサイトアクセス解析ツールでは見つけることができなかったお客様の行動を顕在化して、問題解決に役立てることができます。IBM Tealeafを導入済みの企業の多くでは、Webサイトアクセス解析ツールを補完するものとしてIBM Tealeafが使用されています。IBM Tealeafの導入によって、次のような効果が得られます。

- ・コンバージョン率の向上による収益の改善
- ・モバイルチャネルの最適化
- ・コールセンターの業務改善

IBM Tealeafを導入した企業は、その業種を問わず、短期間で投資を回収しています。