

モバイルイノベーション：顧客の期待を変革

もはやカスタマー サービスだけでは不十分です。これからは、カスタマー エクスペリエンスが新たな評価基準となります。

今日のような常時接続のモバイル環境では、カスタマー エクスペリエンスをエンドツーエンドで管理することが重要な意味を持ちます。『[Harvard Business Review](#)』2013年9月号に掲載された記事「The Truth About Customer Experience（カスタマー エクスペリエンスの真実）」によると、カスタマー サービスの完成度のみを追求しても、これまでのようにビジネス価値の向上につながらなくなっています。その代わりに、「複数の接点と複数のチャネルを通じて積み重なる経験」と定義されるカスタマー エクスペリエンスが、満足度を測り、収益拡大にも役立つ新しい手段となっています。

このカスタマー エクスペリエンスへの流れは、今まさに進行中の現象で、さまざまな業種で急速に台頭しつつあります。ネットワークにつながった営業チームは、店舗の外へ出て、パーソナライズされた新しい方法で潜在顧客にアプローチしています。カスタマー サービス担当者は、モビリティソリューションを活用し、携帯電話、テキスト、電子メール、ビデオ会議を通じた問い合わせに対し、最新情報にリアルタイムでアクセスして回答しています。医療関係者は、新しいモビリティソリューションを使用して適切な情報を適切なタイミングで取得し、入院受付から手術室のフロアまであらゆる場所で効率改善を実現しています。

「つながること」がこれまで以上に人、プロセス、データ、モノを結び付け、ビジネスの変革に影響を与えることは間違いありません。

モビリティの新しい波

企業ではすでに、ワイヤレス（Wi-Fi およびセルラー）ネットワークを使って従業員やデバイスをつないでいます。店舗や施設内にいる顧客も、LinkedIn のニュース フィードに目を通したり、Eメールをチェックしたり、Web で情報を検索したり、アプリケーションを使用したりと、常にセキュアな接続が確保されることを期待する傾向になっています。企業にとってのメリットは、消費者向けのワイヤレス接続を通じてリアルタイムで位置情報や行動を把握し、これらの情報を強力な方法で活用できることです。

組織がモビリティの新しい波に乗るには、単にインターネット接続を提供するだけでなく、インテリジェントなインフラストラクチャを使用して、パーソナライズ可能で広範囲にわたるエクスペリエンスを構築することが求められます。ロケーションベースのサービスを通じて、企業が顧客との距離を縮め、関係を築き、ブランドロイヤルティを構築し、新しい収益源を生み出す可能性は無限です。たとえば、企業は次のようなことを実施できます。

成功実現のための設計

顧客への Wi-Fi の提供は組織のブランドの延長線上にあるため、完成度の高いエクスペリエンスを提供することがきわめて重要です。顧客向けのモビリティソリューションでは、次の点を考慮する必要があります。

- アクセスポイントごとのクライアント数は増加する可能性があるため（特にピーク時）、容量とパフォーマンスが重要になります。
- 顧客のモバイルデバイスの使用率は会場を移動する際に高くなるため、モビリティソリューションでは、アクセスポイントの密度を高め、ローミング（アクセスポイント間の透過的な移動）を高速にする必要があります。
- モビリティソリューションは、無線周波数干渉などの問題を可能な限り迅速に検出して修復できる必要があります。
- モバイルエクスペリエンスを魅力的なものにするために、ビデオ、リッチメディア、およびインタラクティブティ向けに最適化する必要があります。

- **コンテキストとロケーションに基づいてコンテンツを提供する** - 企業は、ワイヤレス ネットワークに接続した顧客に対して、「ジオフェンシング」アプリケーションを使用できます。このアプリケーションは、顧客の移動を追跡し、特定の場所やゾーンに入ったときにコンテンツや製品オファーの送信をトリガーします。たとえば、小売業では、ある売り場の近くにいる顧客を特定したり、Web ブラウザやアプリケーション、SMS にプロモーション オファーの表示や送信を実行したりできます。カスタマイズされたこの情報を、今後のプロモーションや顧客が再度来店したときのために保存しておくことができます。
- **Wi-Fi ベースの高度なロケーション分析を利用する** - 未加工のロケーションベース データを強力な分析に変換し、顧客が特定のビルや Wi-Fi 圏内にいる間の移動パターンをよりの確に推測できます。たとえば、到着客と出発客を識別する必要のある空港では、旅客ターミナルのゲート内外における移動順序を把握することで、いずれの客かを推定できます。このような論理タグは、旅客が通常通る経路を安全かつ制御された方法で監視したり、フライトの遅れや欠航を基に人の動きを予測して効率向上と混雑回避を図ったりするためにも多数割り当てられています。
- **顧客にロイヤルティ プログラムをリアルタイムで案内する** - 顧客の好みや傾向を説明する、きめ細かい分析が特徴のオンライン世界のエクスペリエンスと実店舗のエクスペリエンスの橋渡しすることができます。たとえば、ホテルでは、宿泊客が滞在中ホテルのアプリケーションを使用する際、宿泊客のプロファイルや利用歴に基づいた特別価格やプロモーションが提示されます。可能性はそれだけではありません。客が設定した室温から、好みのルーム サービスの食事に至るまで宿泊客の嗜好を保存しておいて、次回以降の滞在の質を高めるために活用できます。
- **場内体験を補強する** - ワイヤレス インフラストラクチャを通じて、顧客やエンド ユーザの実際の体験を向上させることができます。たとえば、登録型の「道案内」アプリケーションが提供するインタラクティブなマップでは、顧客や訪問者が探している場所をすぐに見つけたり、特定の場所に関連する追加情報やサービスにアクセスしたりできます。博物館であれば、展示品のインタラクティブ マップをスマートフォンに配信し、来場者が観覧しながら個々の展示品に関する情報やマルチメディアにアクセスできるようにすることが可能です。また、従来の GPS 位置認識機能とモバイル ユーザがスマートフォンを向けている対象のデータを組み合わせた、フォーカス認識型モビリティというソリューションも、場内の複数のユーザ向けにロケーションベースの共有機能を提供し、カスタマー エクスペリエンスのさらなる進化に影響を与えるでしょう。コンサートやスポーツ イベントの会場では、来場者の一斉視聴やソーシャルシェアリングが可能になります。企業は、これを基に、観客の反応や行動を測定することができます。

スマート エンゲージメント

新しい収益機会を獲得するためのモバイル
エクスペリエンスを利用した顧客の特定



このような新しいモバイル機能は、表 1 に示すように、さまざまな業種で顧客の検出、接続、アプローチに使用できます。

表 1. さまざまな業種でのモビリティの活用

業種	検出	Connect	着手
Retail	さまざまな時点における店舗内の顧客数を把握します。高コストとなるリソースの無駄づかいをなくすためのシフト調整に役立ちます。	買い物客に、店舗内では Wi-Fi ネットワークにサインインしてポータルを使用するよう推奨し、各フロアで提供している商品やサービスを把握しやすくします。	現在地に応じたユーザ コンテンツをデバイスに配信して来店を促したり、ユーザに合わせたプロモーションを提供したりします。
Transportation	地下鉄、空港、鉄道、バスなどの交通網における人の流れを最適化し、渋滞や混雑を避けるため乗客の経路を調整します。	旅行者は、Facebook 上でチェックインし、リアルタイムで運行スケジュールを確認できる Wi-Fi 接続情報を取得できます。	機上で提供するナビゲーション情報を通じて、次の移動手段のリンクへの接続情報や、乗り継ぎ便のためのターミナル間の移動方法を乗客に通知します。
Education	<ul style="list-style-type: none"> 学生が集まるエリアや、特定の場所が混み合う時間帯を検出します。 ロケーションベースのサービスを通じて、過度の混雑が発生するおそれがある場合にアラートを提供します。 	学生は、キャンパス内のどこにいても Wi-Fi ネットワークに接続して、校内の地図や重要な情報を確認できます。	ロケーションベースの各種情報を活かしてパーソナライズされたキャンパスツアーで、学生や来校者に、関心の高い事項やあまり知られていない事実などの情報を提供します。

Hospitality	混雑しがちな場所を把握し、顧客の動きの管理や販売につながるよう人の流れを促すことができます（レストラン、バーなど）。	顧客は、会場内にいる間 Wi-Fi ネットワークに接続してポータルを使用し、近くのレストラン、バスの時刻表、ショッピング モールなどを確認できます。	会議のスケジュールなど、顧客に合わせた情報やプロモーションを、モバイル デバイスを通じて提供します。
都市	地域サービスを最適化し、交通渋滞や事故に関するアラートを当局に送信します。	住民は、ソーシャル チャネルを通じて地域の Wi-Fi ネットワークにログインでき、地元で何が提供されているかを把握しやすくなります。	ロケーションベースのサービスを通じて、コミュニティメンバーに、話題のスポットなどへのナビゲーションをリアルタイムで提供します。

コネクテッド モバイル エクスペリエンスへのインテリジェントなアプローチ

企業がカスタマー エクスペリエンスの新しい需要に応えようとしている一方で、モバイル デバイスの数は世界人口に匹敵するまでに増えているため、企業は有線、Wi-Fi、セルラーすべてにまたがる [インテリジェント エクスペリエンス](#) を、ネットワークを妥協することなく構築する必要があります。このためには、[コネクテッド モバイル エクスペリエンス](#) (CMX) と [スモールセル](#) の両方を活用して、安全かつ効率的に顧客にアプローチできるアーキテクチャをサポートします。この 2 つのソリューションを連携、または個別に使用して、ビジネス ニーズを最も的確に満たせるようソリューションをカスタマイズして提供します。

MGM リゾートは、こういった包括的アプローチにより、すべての訪問客にイマーシブでパーソナライズされたエクスペリエンスを構築しています。MGM リゾート ベラージオで提供しているアプリケーションでは、Cisco® Wi-Fi ネットワークおよび CMX ソリューションが使用されており、訪問客は食事、ショッピング、娯楽など敷地内のアメニティを検索したり、ロケーションベースのサービスによる目的の場所までの詳細な経路案内を利用したりできるようになっています。

さらにシスコは、MGM リゾートのサービス プロバイダー、Mobilitie 社、アプリケーション プロバイダー企業と連携して、モバイル アプリケーション、コンテキスト認識サービス、およびワイヤレス接続エクスペリエンスを統合し、訪問客の満足度向上、コンベンション センター利用客のニーズへの対応、および新たな収益機会の創出を実現しています。

このようなツールとサービスの集合体は、企業がモビリティの将来に備えるうえで不可欠な要素です。シスコ モバイル インターネット テクノロジー グループの最高技術責任者であり、スモールセル テクノロジーに関して大志を持った 1 人でもある Paul Mankiewich はこう述べています。「ユーザが自分の接続しているのは Wi-Fi か、ライセンス付与されたスモールセルか、マクロセルか、あるいは何か斬新な Bluetooth 接続なのかがわからないレベルまで、ユーザ エクスペリエンスはシームレスなものにならない。」 [シスコ コネクテッド モバイル エクスペリエンス](#) (CMX) のようなカスタマイズされたネットワーク ソリューションは、実現し得る限り最高のユーザ エクスペリエンスを提供できます。

モビリティの未来

モビリティの急速な拡大に伴い、今日のモビリティへのアプローチは、過去のものよりも包括的であることが求められています。企業は、このモビリティの大規模な進展を活かし、より多くの価値を顧客に提供する方法を見つける必要があります。新しいビジネスモデルを開発し、優れたエクスペリエンスを生み出す高性能で高インテリジェンスなソリューションです。

モビリティの未来は、携帯電話やタブレットの枠を超えて、さらに先へと進んでいきます。車、バス、電車、飛行機など、移動できるものはすべてが接続ポイントとなるでしょう。大きな積み荷の一部としてトラックに乗せられて国中を移動する個人向け商品もこれに加えられるかもしれません。ウェアラブルテクノロジーの登場も、モビリティに対する私たちの考え方を変えつつあります。スマートウォッチ、コネクテッドグラス、および電子タトゥーは、「つながり」の意味を再定義しつつある最新イノベーションの例です。

このような新たにつながり始めたモノについて、シスコのチーフフューチャリストである Dave Evans は次のように述べています。「価値を生み出すのは、実際には「モノ」ではありません。人、プロセス、データ、そしてモノのつながり、つまり Internet of Everything が価値を生み出すのです。」今後、新しいデバイスやモノがますますつながることは間違いない一方で、その価値は、これらのつながりをさらに連携させることで生まれます。企業はどのようにしてこの新しいつながりを使用し、優れたカスタマーエクスペリエンスを構築するのでしょうか。

将来、モバイル対応のウェアラブルデバイスを通じて患者が救命医療ケアにつながっている光景を見ることになるかもしれません。あるいは、教育の現場で、教室にたくさんのモバイルデバイスが導入され、対面式のオンライン教育エクスペリエンスが簡単に取り入れられるようになるかもしれません。

まとめ

貴社はどのようにして、モビリティを通じたイマーシブなカスタマーエクスペリエンスを推進できるでしょうか。

このような未来を現実のものにできるかどうかは、包括的なモバイル戦略の開発が命運を握っています。このアプローチには、単にビジネスを通常どおりに運営する以上のことが求められます。モビリティ対応のロケーションベースサービスの利用からモバイルワーカーの強化に至るまで、戦略を適切に構築できれば、今後長きにわたって利益を得ることができます。

Facebook Wi-Fi 機能向けのシスコ コネクテッドモバイルエクスペリエンス (CMX)

Facebook 上でのチェックインを通じて無料の Wi-Fi にすばやく簡単にアクセスできる方法を提供します。このソリューションではシスコのワイヤレスネットワーク、ロケーションベース分析、Facebook の人口統計データが使用されており、企業は消費者をよりの確に把握できます。

ワイヤレスネットワーク向けのソーシャルサインオン機能によって、カスタマーエクスペリエンスはどのような変革を遂げるのでしょうか。次に例を示します。

- レストランでは、顧客の Facebook の「基本データ」セクションや「いいね」をクリックしたページに基づいて好みの食事を把握できます。
- 小売店では、顧客が競合店のページの「いいね」をクリックしているかどうか把握し、それに応じてプロモーションの内容を調整できます。
- ホテルでは、宿泊客がオンラインで共有したロケーションベース情報を利用して、個人向けのマーケティングキャンペーンを提供できます。

詳細情報

シスコのモビリティ ソリューションの詳細については、次のサイトを参照してください。

<http://www.cisco.com/jp/go/mobility>

©2014 Cisco Systems, Inc. All rights reserved.

Cisco, Cisco Systems, およびCisco Systemsロゴは、Cisco Systems, Inc.またはその関連会社の米国およびその他の一定の国における登録商標または商標です。

本書類またはウェブサイトに掲載されているその他の商標はそれぞれの権利者の財産です。

「パートナー」または「partner」という用語の使用はCiscoと他社との間のパートナーシップ関係を意味するものではありません。(0809R)

この資料に記載された仕様は予告なく変更する場合があります。



シスコシステムズ合同会社

〒107-6227 東京都港区赤坂9-7-1 ミッドタウン・タワー

<http://www.cisco.com/jp>

お問い合わせ先: シスココンタクトセンター

0120-092-255 (フリーコール、携帯・PHS含む)

電話受付時間: 平日 10:00~12:00、13:00~17:00

<http://www.cisco.com/jp/go/contactcenter/>

お問い合わせ先