

CS 経験者向け

11/16 (火) 10:00~11:30

オンラインセミナー

CSツール3社のPM/CSに教えてもらおう 第2弾

CS活動でよくある課題と ツールによる効果的解決方法



 Growwing

株式会社ユニリタ
ビジネスイノベーション部 部長代理
「Growwing(グローウィング)」責任者

尾上 雄馬氏



 pottos

株式会社 ODK ソリューションズ
カスタマーサクセスオートメーションツール
「pottos」カスタマーサクセス

杉本 恭介氏



 Fullstar
by CloudCIRCUS

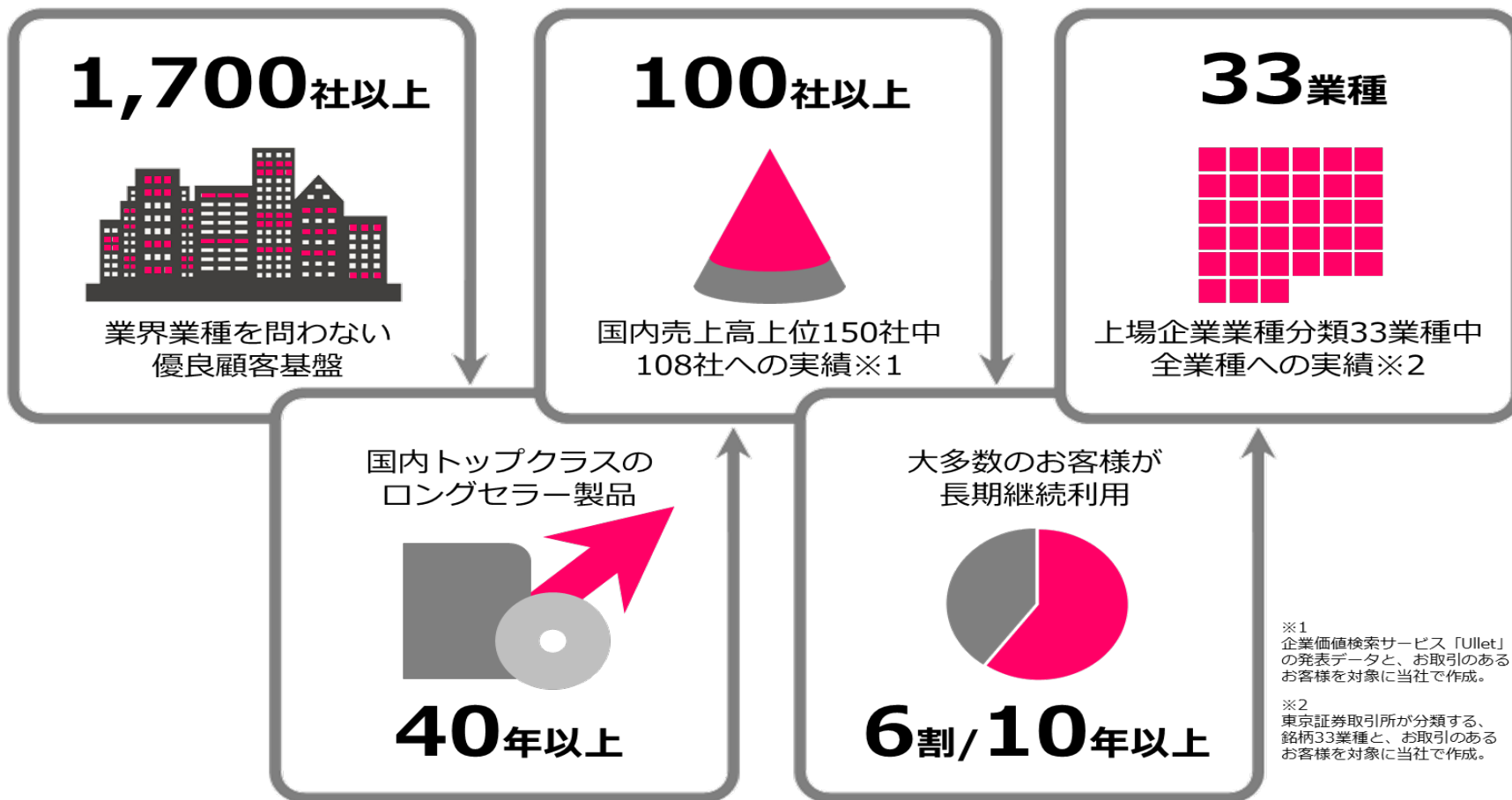
クラウドサーカス株式会社
Fullstarプロダクトオーナー兼
事業責任者

橋口 浩暉氏

1. カスタマーサクセス理想の全体像について
2. CS活動でよくある課題とその解決策
3. 各ツールのご紹介
4. 質疑応答



- 会社名 株式会社ユニリタ (英文: UNIRITA Inc.)
- 設立 (創業) 1982年5月 (1993年7月)



※1 企業価値検索サービス「Ullet」の発表データと、お取引のあるお客様を対象に当社で作成。

※2 東京証券取引所が分類する、銘柄33業種と、お取引のあるお客様を対象に当社で作成。

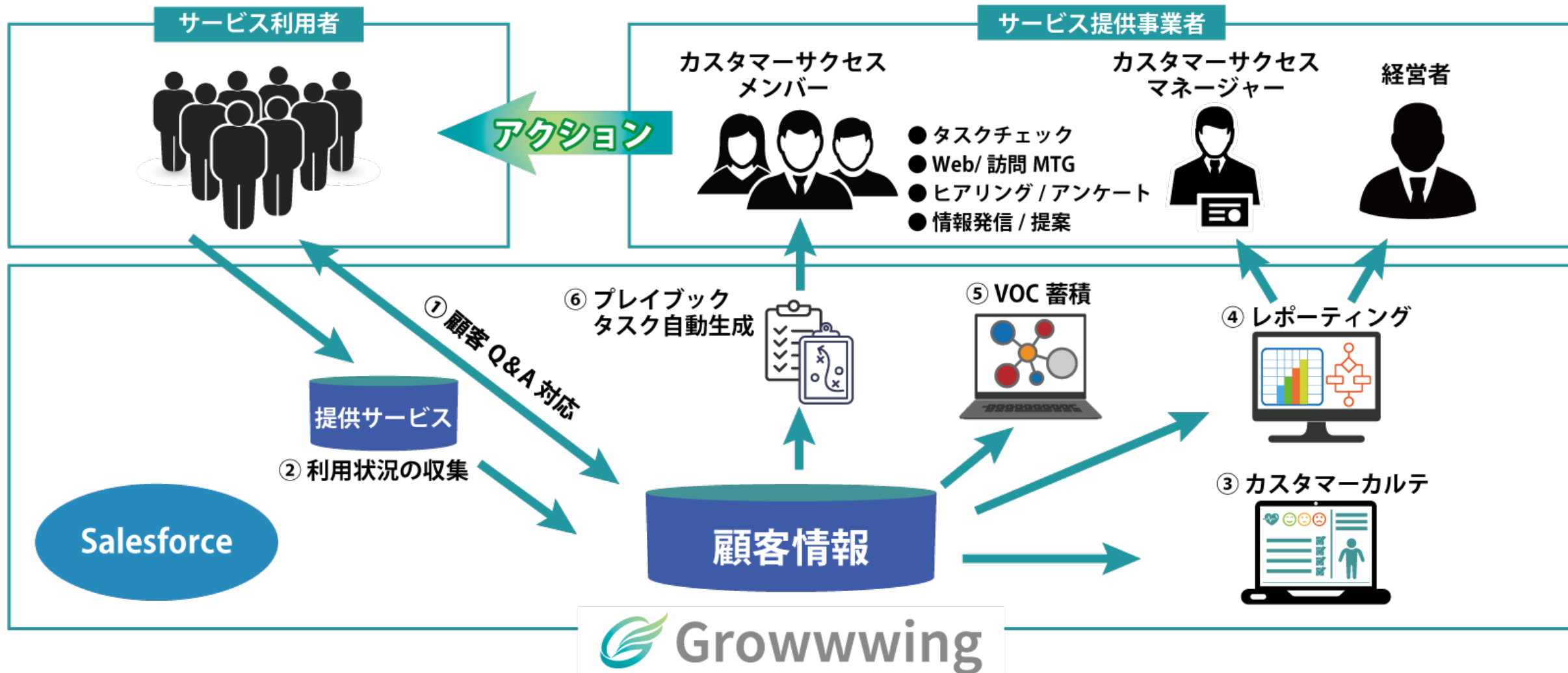


尾上 雄馬 (おのうえ ゆうま)

株式会社ユニリタ
クラウドサービス事業本部
Growwwingグループ
事業責任者 兼 プロダクトマネージャー

2007年に株式会社ビーエスピー(現ユニリタ)入社。ITサービス向けヘルプデスクSaaS「LMIS」を新規開発から開発を担当。開発業務の傍らサポートも兼務していたが、解約率の高まりに危機感を感じ、2017年より同サービスのカスタマーサクセスチームを立ち上げ責任者を担当。カスタマーサクセス管理用のツールを内製し、解約率半減を実現。この管理ツールを汎用化し、Salesforce上で稼働するカスタマーサクセス管理SaaS「Growwwing」として販売開始、2020年7月より事業化し責任者を担当。
itSMF JapanにおいてクラウドSLA分科会副座長、サービスカタログ分科会座長も歴任。

組織内外に散在する顧客データを一元管理し活用できるようにする
LTVを最大化するためのカスタマーサクセスプラットフォームです。





杉本 恭介（すぎもと きょうすけ）

株式会社ODKソリューションズ

pottos（ポトス）カスタマーサクセス

2020年ODKソリューションズに入社。

CSオートメーションツール「pottos」のセールスを経て、
現在はカスタマーサクセスを務める。

機能企画や導入支援を担う一方で、BIツールMotionBoardの設計も
兼任し、顧客に役立つデータの調査や分析ボードの構築を行う。



クラウドサーカス株式会社

Cloud CIRCUS CSM「Fullstar（フルスタ）」責任者

橋口 浩暉(Hashiguchi Kohki)

NHK(日本放送協会) おはよう日本 出演(2021.2)
株式会社NTTドコモ「Biz Solution by docomo」寄稿
マイナビニュース取材

BtoB SaaS実績

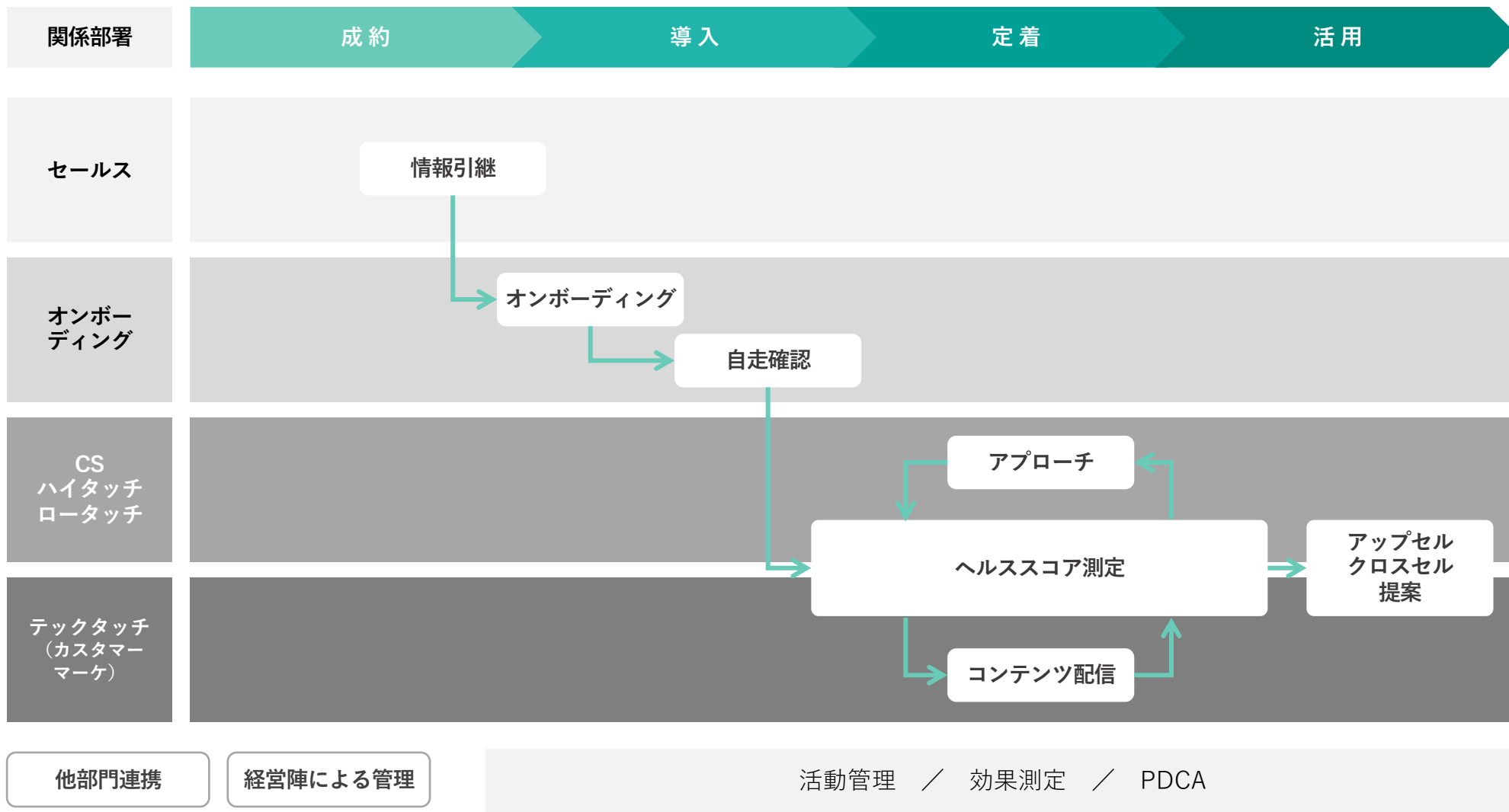
- ・ Cloud CIRCUS MA Bizサイド (IS/OS/CG)全般担当
(国内導入社数5,000社)
- ・ Cloud CIRCUS CSM 事業責任者

BtoC SaaS実績

- ・ 旅のサブスクリプションサービス「HafH」立ち上げ

| カスタマーサクセスの全体像

CS活動全体像

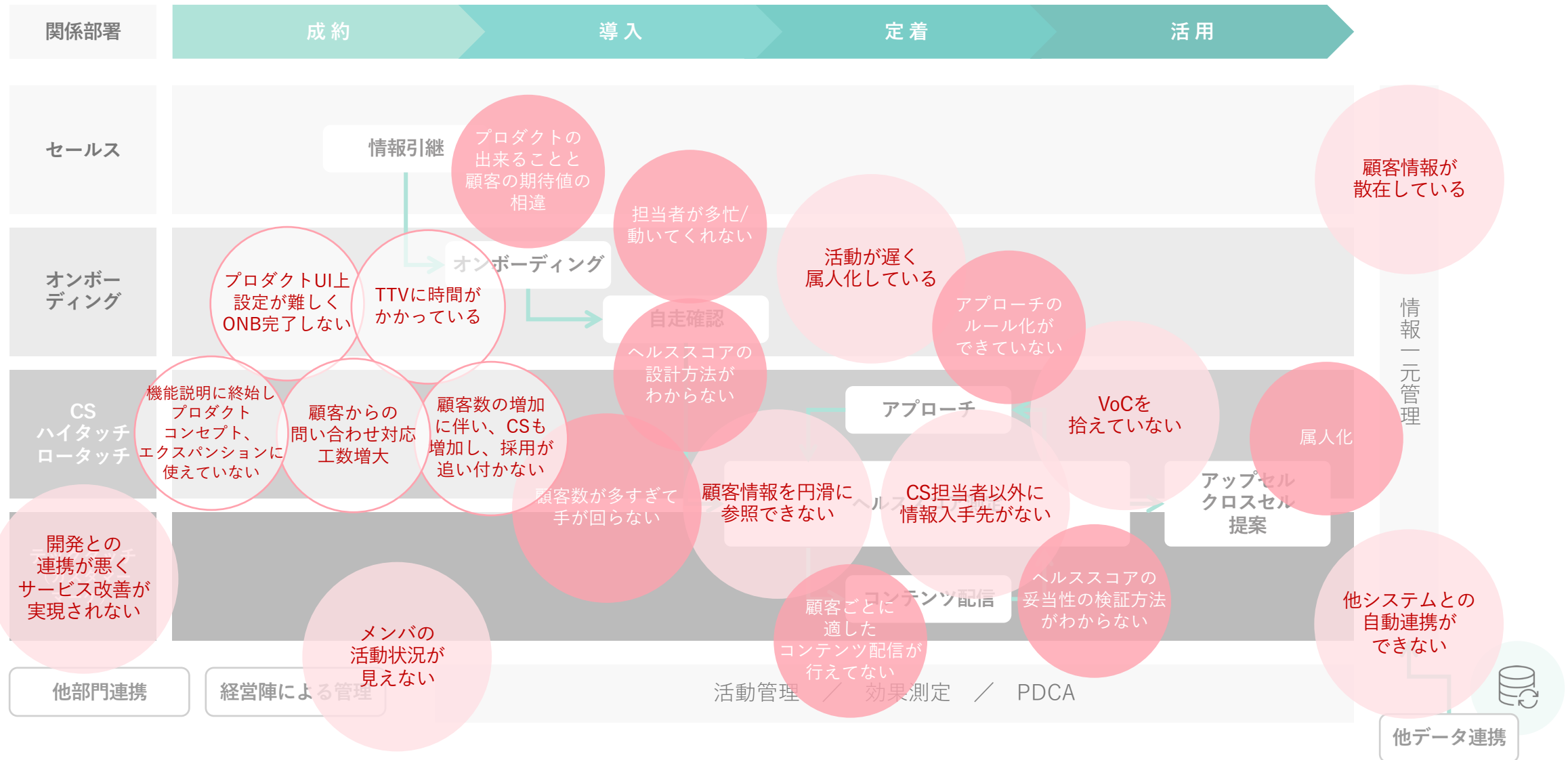


情報一元管理

他データ連携

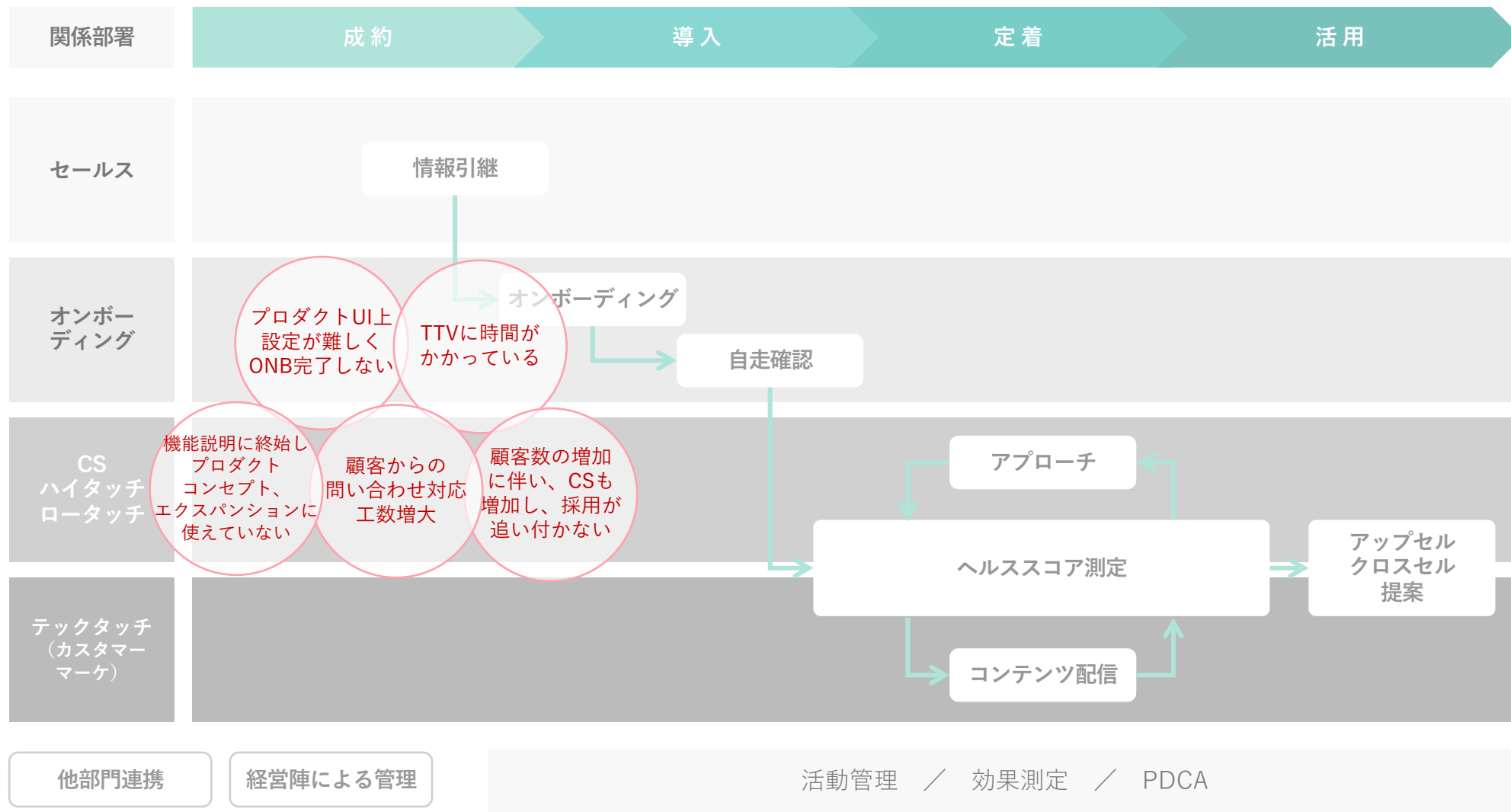


CS活動上の主たる課題



| オンボーディング領域の課題（クラウドサーカス）

CS活動上の主たる課題



情報一元管理



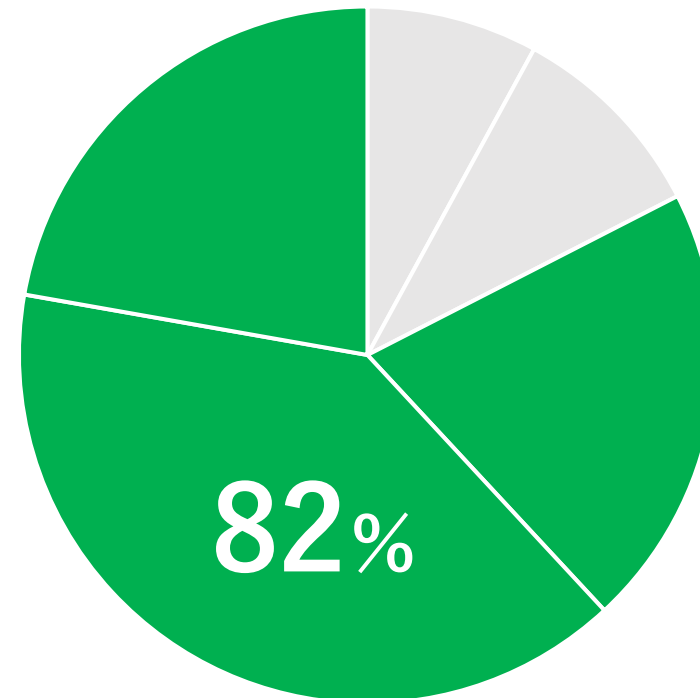
オンボーディングの意味

オンボーディングとは、もともと「船や飛行機に乗ること」を意味する「on-boarding」から派生した言葉で、「新人研修」を示すビジネス用語としてよく使われます。

一方、カスタマーサクセスの文脈における「オンボーディング」としては、サービスを使い始めた顧客に対して使用方法や機能を理解してもらうよう支援するプロセスのことです。ユーザーが迷うことなくサービスを使えるようにフォローして、利用者の定着を目指します。

解約した顧客の80%以上が、適切なオンボーディングを完了できていない

オンボーディングに失敗した顧客は、
高い確率で契約更新をしない（=将来的な解約予備軍）



■ フェーズ5 ■ フェーズ4 ■ フェーズ3 ■ フェーズ2 ■ フェーズ1

Cloud CIRCUSプロダクト2021年3月時点の解約傾向より

定義が曖昧

オンボーディングの定義はプロダクトにより変わります。
そもそも正しいオンボーディングの定義ができていないプロダクトが多いです。

完了しない

増え続ける顧客数に対して慢性的なりソース不足が発生し、オンボーディングが完了しないケースが多くあります。適切なオンボーディングが完了せず、サポートへの問い合わせが増大し、他のお客様へのサポートに手が回らなくなるという悪循環になります。

オンボーディング定義のポイント

①顧客が継続的な利用ができる“理想”状態から逆算する

- A. プロダクトの初期設定を終え、必要な機能の活用方法を理解できている
- B. プロダクトの有用性を感じ、継続的な利用のための体制ができている

②オンボーディング完了の期間、支援の限度が定まっている

- ・ ○か月以内の完了目標
- ・ ○回までのハイタッチ支援

オンボーディングのNG

①施策ありきでオンボーディングを設計する

他社事例を模倣し、オンボーディング施策の決定と目的が逆順してしまっている

②半永久的な支援になっている

大きな成果目標を置いてオンボーディングが永遠と終わらない。
ハイタッチの限度設定ができておらず、いつまでもスケールしない。



フリープラン含め7,500社以上の導入企業数
オンボーディング専門のCSが6名

オンボーディングの定義

- ①プロダクトを活用した成果創出ができていること
- ②初期設定を完了していること
- ③継続的に利用する体制ができていること
- ④3か月以内で完了すること

定義の決め方

- ①顧客の理想的な状態を決める(オンボーディング完了時に顧客がどんな成果を創出できているべきか)
- ②理想的な状態を達成するために必要なことを決める(どの機能を利用できていると達成できるのか)
- ③オンボーディング完了後も自走できる状態を考える(自走するためには一時的な成果のみならずどのような体制、理解が必要か)
- ④現実的なかけられるCSコストを決める(CS工数としてどのくらいで達成するべきか)



フリープラン含め7,500社以上の導入企業数
オンボーディング専門のCSが6名

スタートアッププログラムの流れ

順番	開催方法	内容	推奨参加者
1	勉強会	BowNowスタートアップ MA基礎講座	経営者・運用責任者・運用担当者
2	1to1 MTG	最短で成果を出すための目標設定	経営者・運用担当者
3	動画視聴	設定した目標に必要なBowNowの操作案内	運用担当者
4	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
5	1to1 MTG	目標進捗MTG	経営者・運用担当者
6	勉強会	中期戦略に向けた設定トレーニング	経営者・運用担当者
7	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
8	動画視聴	中期戦略に必要なマーケティング知識案内	経営者・運用担当者
9	1to1 MTG	スタートアッププログラム最終MTG 今後の活用確認	経営者・運用責任者・運用担当者
順不同	勉強会	運用体制構築講座	経営者・運用責任者・運用担当者

画像引用：<https://bow-now.jp/about/support/>



フリープラン含め7,500社以上の導入企業数
オンボーディング専門のCSが6名

スタートアッププログラムの流れ

順番	開催方法	内容	推奨参加者
1	勉強会	BowNowスタートアップ MA基礎講座	経営者・運用責任者・運用担当者
2	1to1 MTG	最短で成果を出すための目標設定	経営者・運用担当者
3	動画視聴	設定した目標に必要なBowNowの操作案内	運用担当者
4	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
5	1to1 MTG	目標進捗MTG	経営者・運用担当者
6	勉強会	中期戦略に向けた設定トレーニング	経営者・運用担当者
7	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
8	動画視聴	中期戦略に必要なマーケティング知識案内	経営者・運用担当者
9	1to1 MTG	スタートアッププログラム最終MTG 今後の活用確認	経営者・運用責任者・運用担当者
順不同	勉強会	運用体制構築講座	経営者・運用責任者・運用担当者

①プロダクトを通じた成果創出

画像引用：<https://bow-now.jp/about/support/>



フリープラン含め7,500社以上の導入企業数
オンボーディング専門のCSが6名

スタートアッププログラムの流れ

順番	開催方法	内容	推奨参加者
1	勉強会	BowNowスタートアップ MA基礎講座	経営者・運用責任者・運用担当者
2	1to1 MTG	最短で成果を出すための目標設定	経営者・運用担当者
3	動画視聴	設定した目標に必要なBowNowの操作案内	運用担当者
4	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
5	1to1 MTG	目標進捗MTG	経営者・運用担当者
6	勉強会	中期戦略に向けた設定トレーニング	経営者・運用担当者
7	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
8	動画視聴	中期戦略に必要なマーケティング知識案内	経営者・運用担当者
9	1to1 MTG	スタートアッププログラム最終MTG 今後の活用確認	経営者・運用責任者・運用担当者
順不同	勉強会	運用体制構築講座	経営者・運用責任者・運用担当者

②初期設定完了

画像引用：<https://bow-now.jp/about/support/>



フリープラン含め7,500社以上の導入企業数
オンボーディング専門のCSが6名

スタートアッププログラムの流れ

順番	開催方法	内容	推奨参加者
1	勉強会	BowNowスタートアップ MA基礎講座	経営者・運用責任者・運用担当者
2	1to1 MTG	最短で成果を出すための目標設定	経営者・運用担当者
3	動画視聴	設定した目標に必要なBowNowの操作案内	運用担当者
4	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
5	1to1 MTG	目標進捗MTG	経営者・運用担当者
6	勉強会	中期戦略に向けた設定トレーニング	経営者・運用担当者
7	1to1 MTG	BowNow設定確認MTG	経営者・運用担当者
8	動画視聴	中期戦略に必要なマーケティング知識案内	経営者・運用担当者
9	1to1 MTG	スタートアッププログラム最終MTG 今後の活用確認	経営者・運用責任者・運用担当者
順不同	勉強会	運用体制構築講座	経営者・運用責任者・運用担当者

③ 継続活用体制

画像引用：<https://bow-now.jp/about/support/>

完了しない原因

- ①プロダクトで正しい価値提供ができていない(バグ、提供機能)
- ②正しい顧客にプロダクト提供できていない
- ③オンボーディング対応リソースが足りない

解決策

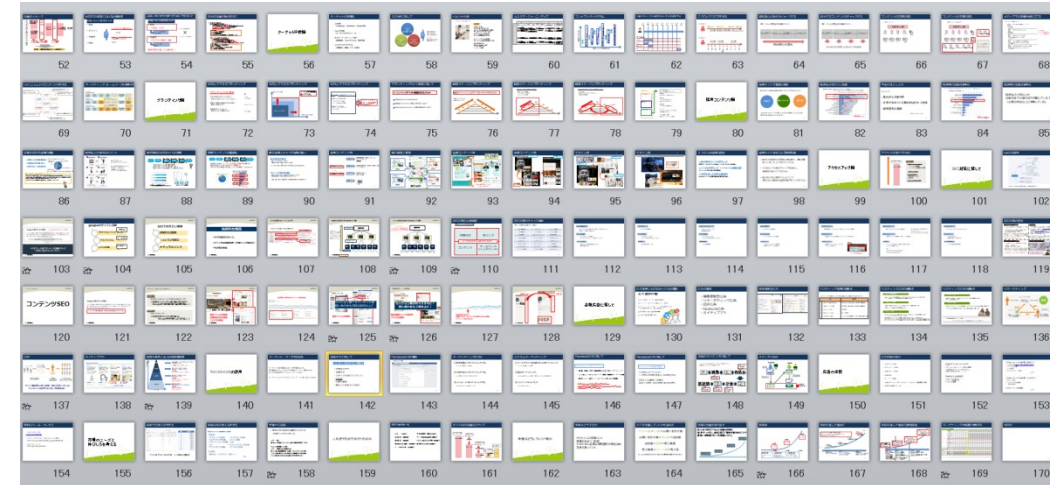
人を増やす
or
テクノロジーを使う

プレイブック

カスタマーサクセスチームの「だれが」「いつ」「何を」するのかを明確にしたルールを明確にしたもの。

https://pottos.jp/media/media_list/CS/efficiency

2015年度カスタマーサクセス組織を2名→5名に拡大する際に
作成したプレイブックの一部（全部で170P）



オンボーディング対応リソースが足りない理由

- ①初期設定を完了するのに時間がかかる
- ②使い方の説明等初歩的な質問に時間を取られる
- ③一度やる気を失った顧客のテンション上げるのに時間がかかる
- ④オンボーディング後も定期的な問い合わせが発生してしまう

定型業務

- ①初期設定支援
- ②操作講習
- ③アンケート・NPS[®]回収

非定型業務

- ①エクспанション提案
- ②個社毎の活用提案
- ③リニューアル
- ④定期的な活用支援
- ⑤目標設定

定型業務

- ①初期設定支援
- ②操作講習
- ③アンケート・NPS[®]回収

オンボーディングの業務は定型業務でテクノロジーを活用しやすい。

非定型業務

- ①エクспанション提案
- ②個社毎の活用提案
- ③リニューアル
- ④定期的な活用支援
- ⑤目標設定

悪いカスタマーサービス

- 1位：
エージェントとのやり取り中の保留/待機時間が長い
- 2位：
人間のエージェントに連絡する際に自動応答電話システムが煩わしい

満足できたカスタマーサービス

- 1位：
自分で自分の問題をすぐに解決できる
- 2位：
24時間365日(リアルタイムで)サポートが利用可能

出展：<https://www.zendesk.co.jp/cx-trends-report/trend-1/>

オンボーディングとテクノロジーの相性

①定型化業務で規則的な支援がベースになる

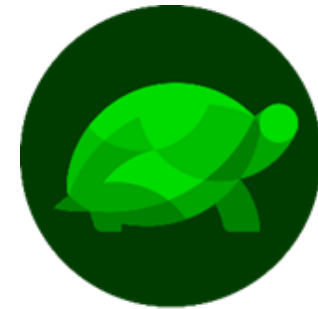
→テクノロジーでの自動化がしやすい

②顧客自身がCSMからの解決を望んでいない

→テクノロジーを活用した即時解決ができる支援が必要

オンボーディング対応リソースが足りない理由

- ①初期設定を完了するのに時間がかかる
- ②使い方の説明等初歩的な質問に時間を取られる
- ③一度やる気を失った顧客のテンション上げるのに時間がかかる
- ④オンボーディング後も定期的な問い合わせが発生してしまう





“

SaaSツールのテックタッチ(チュートリアル)を驚くほど簡単に作成できる



Fullstar by CloudCIRCUS

¥0~

.....
カスタマーサクセスを立ち上げたばかりの
SaaSベンダーでも簡単導入！少人数でも使いこなせる
カスタマーサクセスマネジメントシステム (CSM)
.....

200社以上の導入実績

■ エンゲージメント・アンケート管理

トラッキングコードを埋めたあとは、ノーコードでエンゲージメント調査やアンケートを自由に作成・表示可能。顧客ロイヤリティを知るための評価指標と、顧客のインサイトを知るための自由記述のアンケートなどがカスタマーサクセス部門のみで運用が完結できます。



■ コミュニケーション管理

プルダウンから条件を選ぶだけで最適なタスクを割り当てることができます。解約やアップセルの兆候を逃さずハイタッチ管理ができるので、少ないリソースで効率的にLTVを最大化できます。



■ チュートリアル管理

トラッキングコードが設置されていれば、チュートリアルもノーコードで設定可能です。いちいち開発部の方に依頼しなくてもいいので、つまりきやすい設定などが判明したら、すぐにカスタマーサクセス部門の方だけで作成できます。





“

SaaSツールのテックタッチ(チュートリアル)を驚くほど簡単に作成できる



Fullstar by CloudCIRCUS

¥0~

.....
カスタマーサクセスを立ち上げたばかりの
SaaSベンダーでも簡単導入！少人数でも使いこなせる
カスタマーサクセスマネジメントシステム (CSM)
.....

200社以上の導入実績

■ エンゲージメント・アンケート管理

トラッキングコードを埋めたあとは、ノーコードでエンゲージメント調査やアンケートを自由に作成・表示可能。顧客ロイヤルティを知るための評価指標と、顧客のインサイトを知るための自由記述のアンケートなどがカスタマーサクセス部門のみで運用が完結できます。



■ コミュニケーション管理

プルダウンから条件を選ぶだけで最適なタスクを割り当てることができます。解約やアップセルの兆候を逃さずハイタッチ管理ができるので、少ないリソースで効率的にLTVを最大化できます。



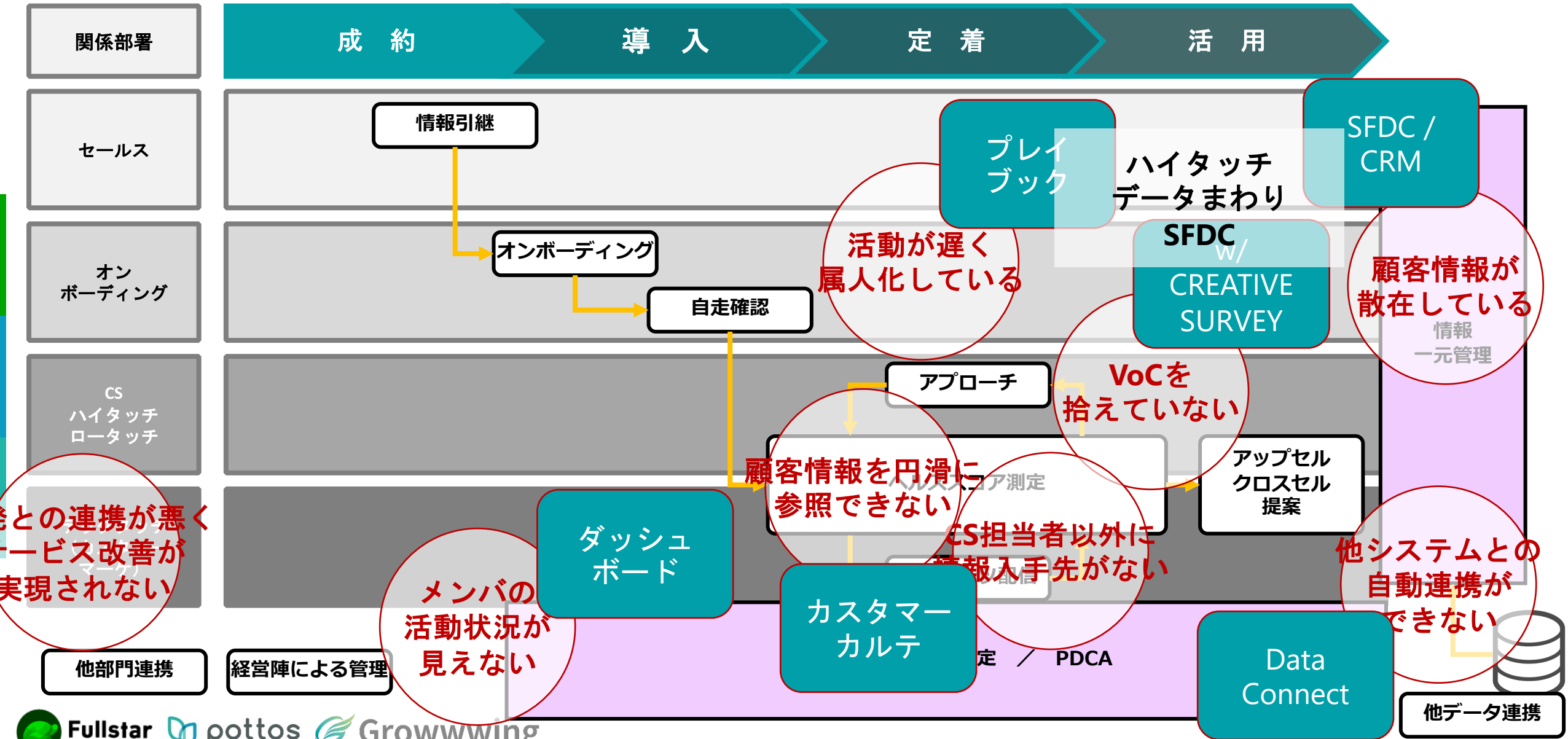
■ チュートリアル管理

トラッキングコードが設置されていれば、チュートリアルもノーコードで設定可能です。いちいち開発部の方に依頼しなくてもいいので、つまりきやすい設定などが判明したら、すぐにカスタマーサクセス部門の方だけで作成できます。

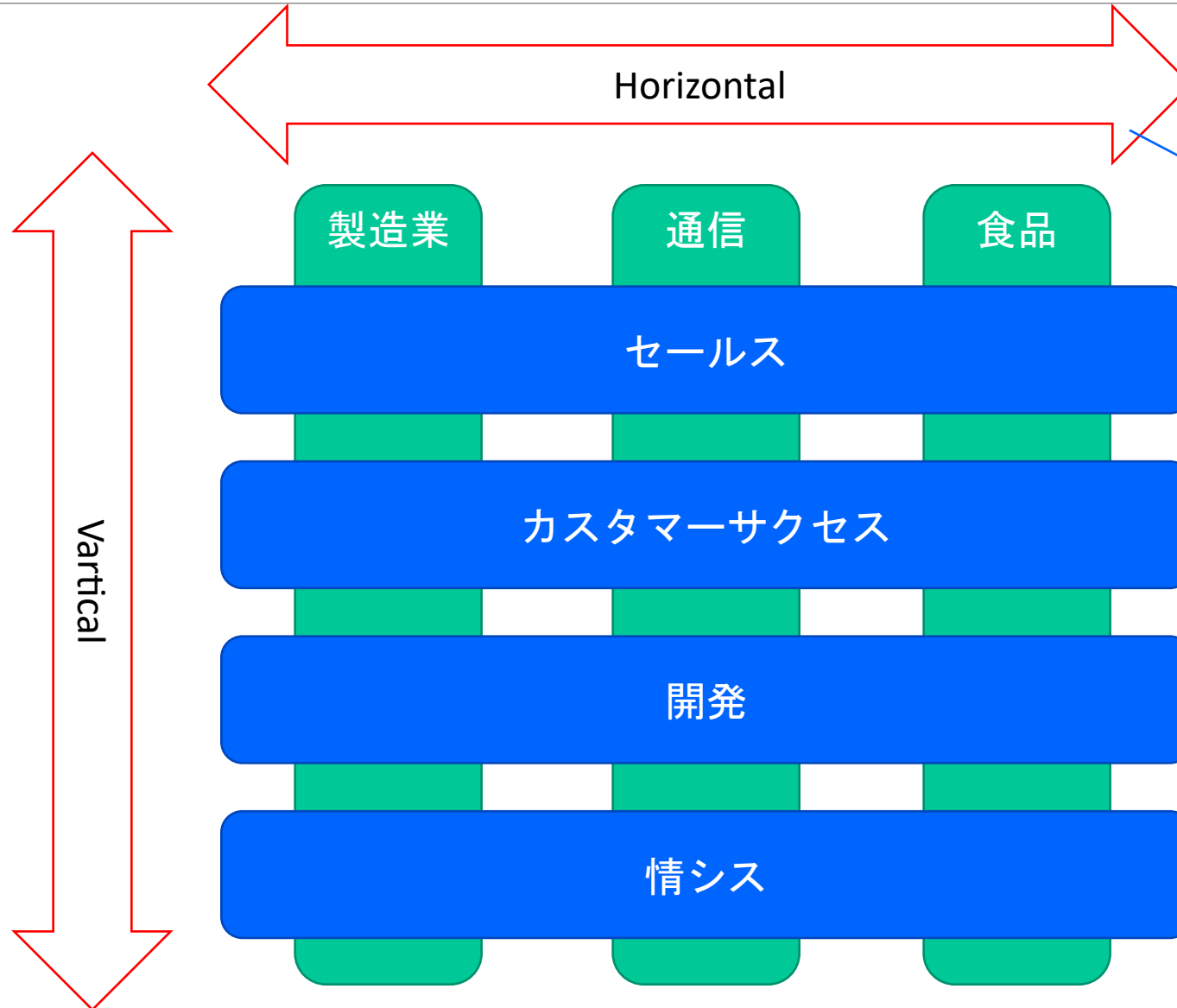


| ハイタッチ領域の課題（ユニリタ）

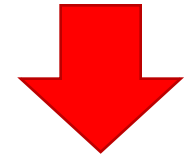
Growwwingの得意領域





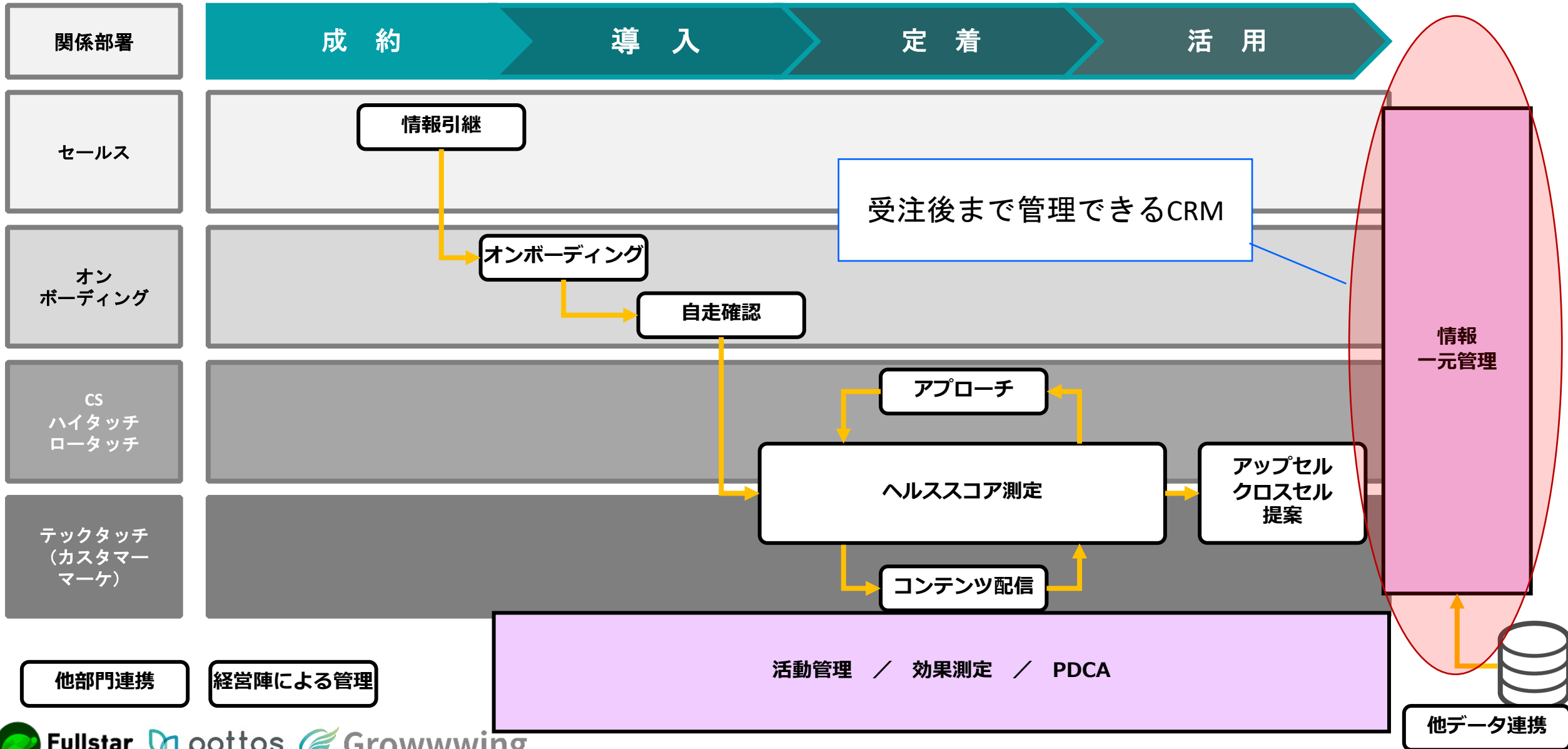


Horizontal、Verticalという括り
りで
考えると市場が狭い



ハイタッチ施策の重要性高い

CS活動全体像



The image displays two screenshots of the Growwwing Customer Card interface. The left screenshot shows a list of customer cards with columns for 'カスタマーカルテ番号' (Customer Card Number), '関連サービス' (Related Service), and 'ヘルプアイコン' (Help Icon). A pink box highlights the list, and a pink arrow points from it to the right screenshot. The right screenshot shows a detailed view of a customer card for 'CSR-00000003', including a '基本情報' (Basic Information) section with background, goals, and metrics, and a 'タイムライン' (Timeline) section showing recent activities.

すべて選択

5 個の項目・並び替え基準: カスタマーカルテ番号・検索条件: すべてのカスタマーカルテ・1分前に更新されました

カスタマーカルテ...	関連サービス	関連取引先	ヘルプア...
1 CSR-00000003	LMIS	UNIRITA	[Red]
2 CSR-00000004	LMIS	BSPソリューションズ	[Yellow]
3 CSR-00000005	UNIRITA		[Yellow]
4 CSR-00000006	中工業		[Green]
5 CSR-00000007	Waha!Transformer	田中工業	[Yellow]

クリックすると...

ヘルプスコアを可視化することも可能！

顧客に対してのアクションをタイムラインで表示できます！

導入背景、ゴールなどを記録

顧客の状態、状況、ゴールや課題、とったアクションなど様々な情報が管理できます。

管理したい項目は自由に追加することができます。

カスタマーカルテ

サービス情報

取引先

取引先責任者

契約

問い合わせ

要望

タスク

メモ&添付ファイル

ToDo/活動履歴

メール送信

全文検索機能
=>Officeファイル内の文章も対象として、
検索可能

関連リストのクイックリンク

- メモ & 添付ファイル (0)
- 問い合わせ管理 (2)
- 要望管理 (1)
- タスク管理 (2)

新規ToDo 新規行動

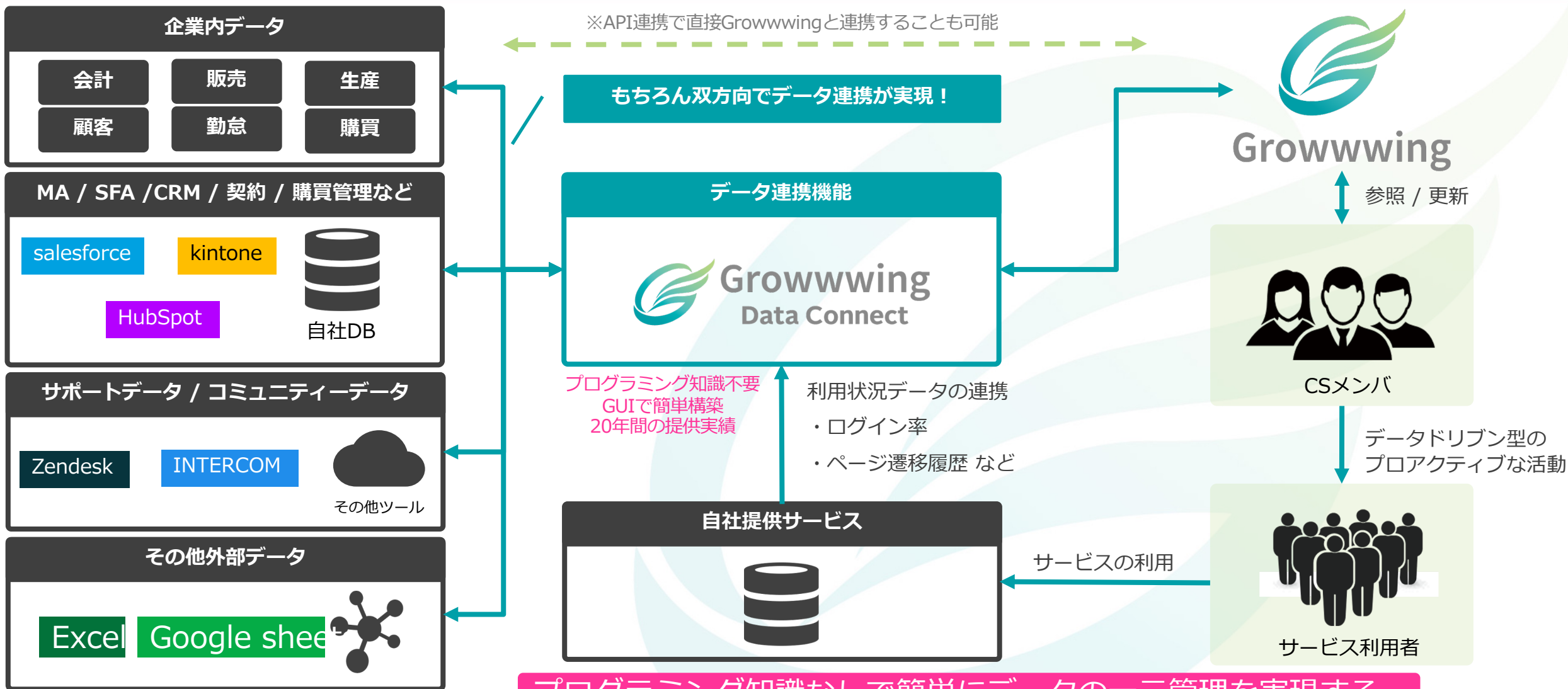
XX社さま向け提案資料

問い合わせ番号	件名	ステータス	関連サービス
CTC-00000000	問い合わせ	開始	Growwwing
CTC-00000011	問い合わせ2	開始	Growwwing

要望番号	件名	ステータス	関連サービス
REQ-00000001	要望	確認待ち	Growwwing

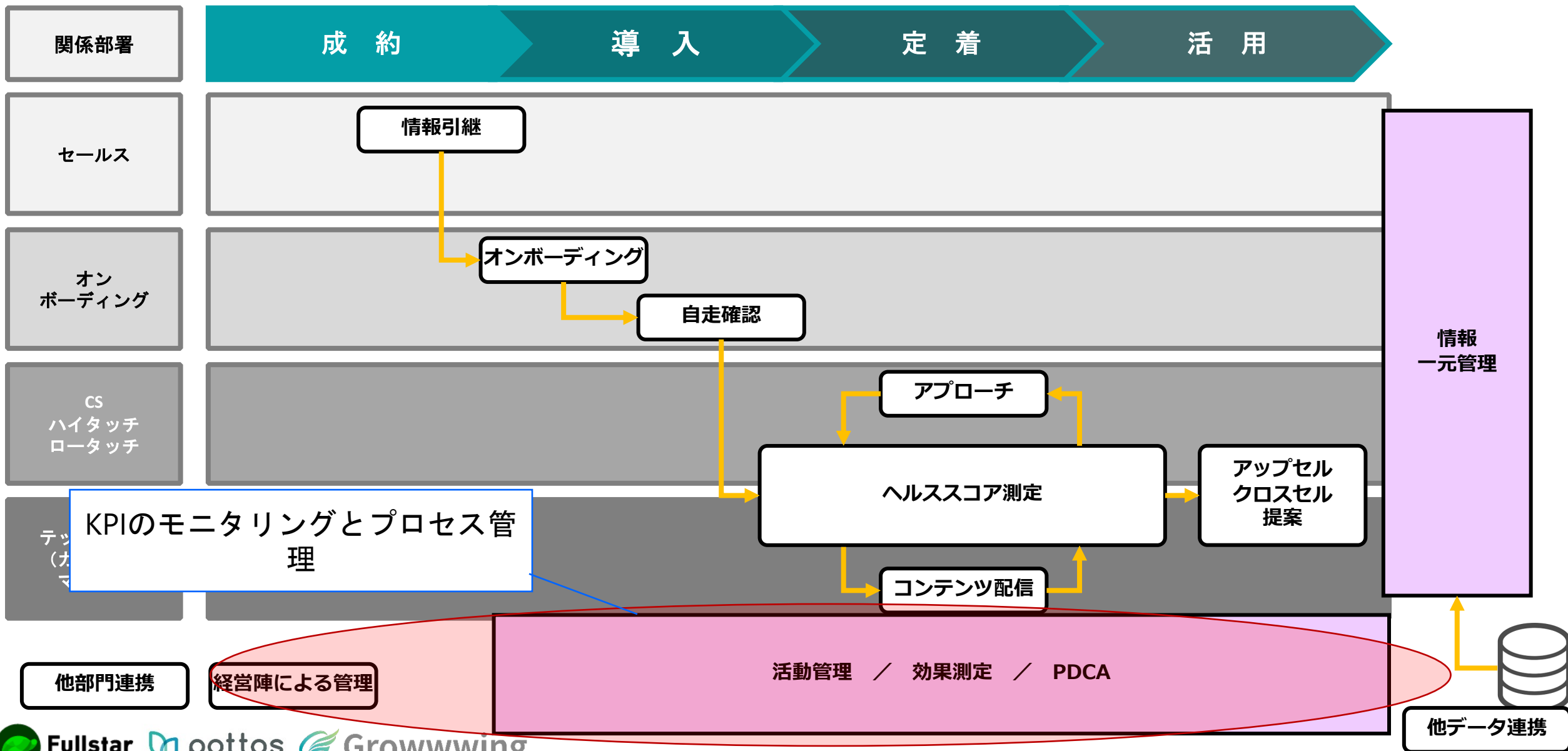
ファイルのプレビュー機能
(ダウンロード不要で参照可能)

カスタマーカルテに様々な情報を紐づけて管理することができ、
状況が把握しやすい。



プログラミング知識なしで簡単にデータの一元管理を実現することが可能です。連携工数も削減！

CS活動全体像



評価条件設定

プレイブック設定画面で
予め評価ルールを設定

例：ログイン率が50%以下になったら
電話にてフォローをする

評価条件抽出

利用状況
レコードなど

例：ログイン率が50%以下になったユーザーが居た

タスク自動生成

タスク管理 TSK-00000005

確認待ち 対応中 完了

ステータスを完了としてマーク

詳細	関連
タスク番号	TSK-00000005
ステータス	確認待ち
タスク種別	その他
受付日時	2020/01/19 21:16
実施期限	
完了日時	
所有者	システム管理者
依頼元	CS ユーザ1
関連サービス	LMIS
関連取引先	UNIRITA
顧客種別	ハイタッチ

プレイブックの評価条件に
合致するデータだった場合は
タスクチケットが自動生成される

例：ログイン率が50%以下に下がったら
電話にてフォローをする



メンバーは割り当てられたタスクを
実行して顧客を成功に導く

例：電話でフォローの連絡を入れ、
活動履歴に記録を残す

様々な顧客データをもとに利用者の状況を推測し、仮説検証を繰り返し、再現性のある成功体験を創り出し、組織全体の業務品質向上/標準化が達成できます。

MRR ¥3,274,800

ID数 2,159

売上推移 (Line chart showing sales trend from 2017 to 2020)

契約金額ランキング (Horizontal bar chart showing contract value ranking by department)

解約推移 (Line chart showing cancellation trends from 2018 to 2020)

解約理由 (Table of cancellation reasons)

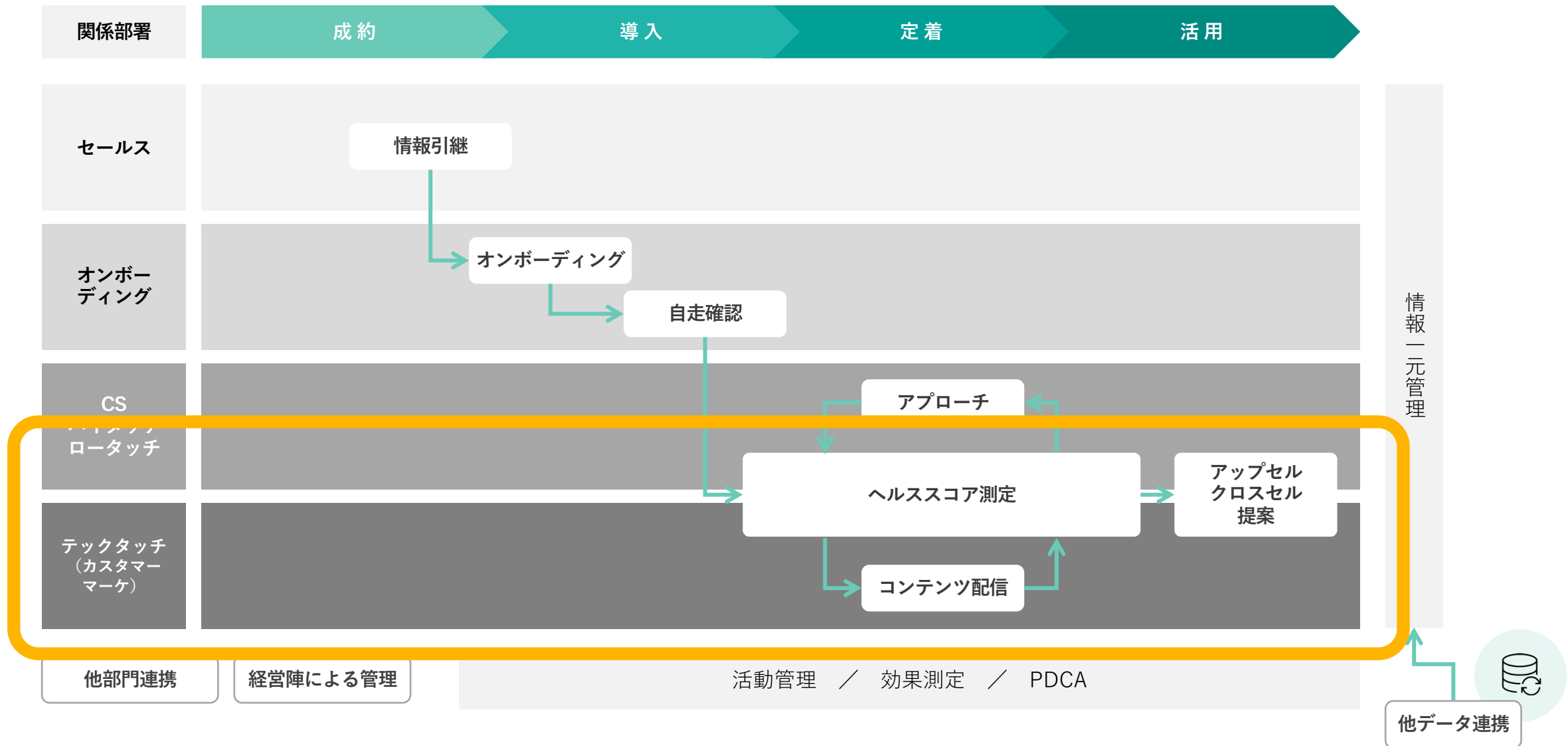
改修要望 (Donut chart showing 3 requests)

要望一覧 (Table of improvement requests)

ダッシュボードはテンプレートを用意しており、定量的情報 + 定性的情報など
様々な組み合わせの自社独自レポート・ダッシュボードを作成できます。

| テックタッチ（カスタマーマーケ）領域の課題 （ODKソリューションズ）

テックタッチ・カスタマーマーケティング関連の課題

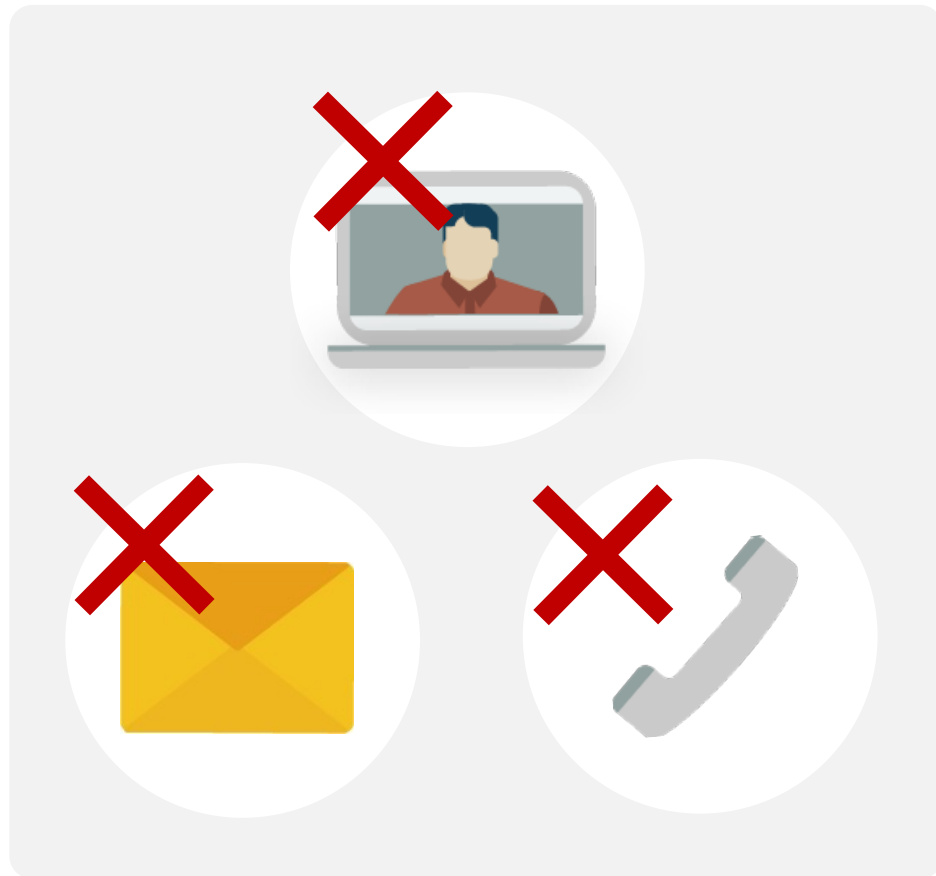


テックタッチ・カスタマーマーケティング関連の課題

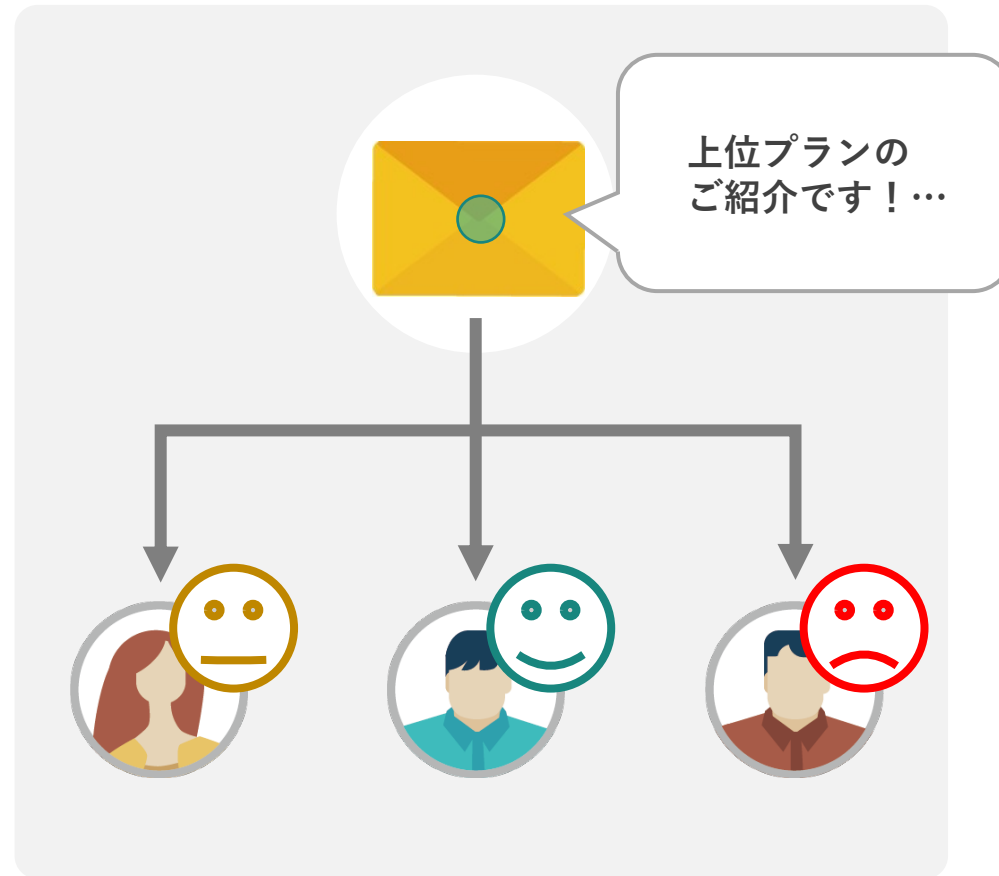


具体的な悩み

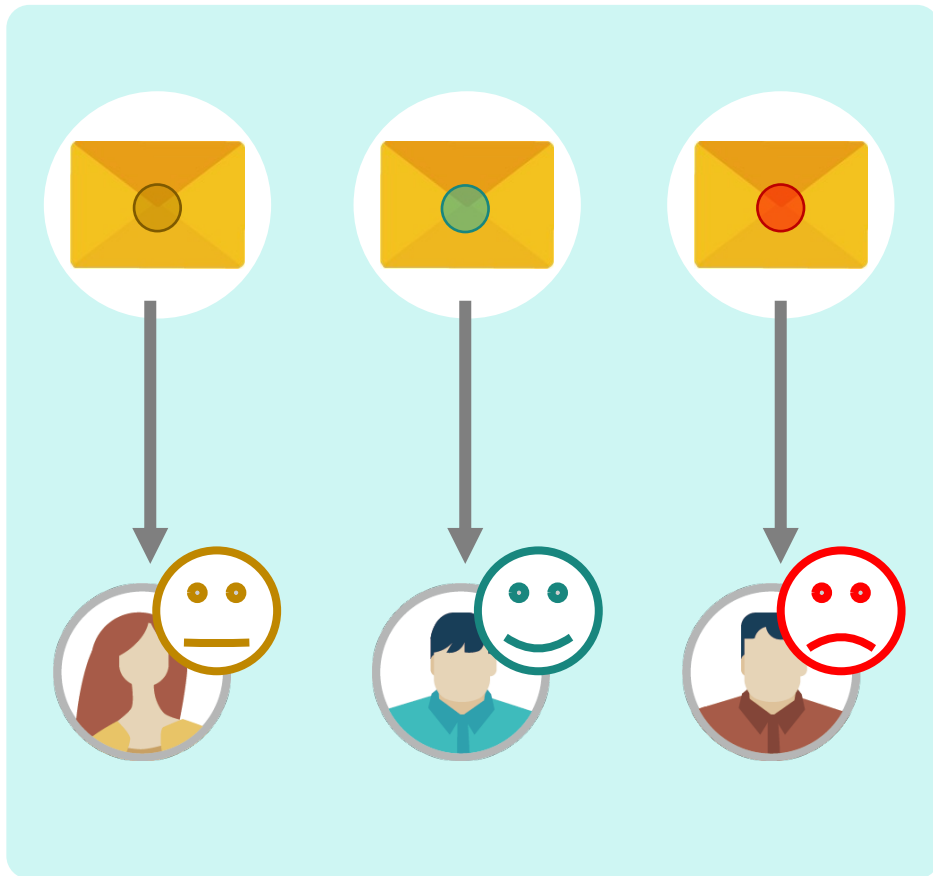
アプローチができていない



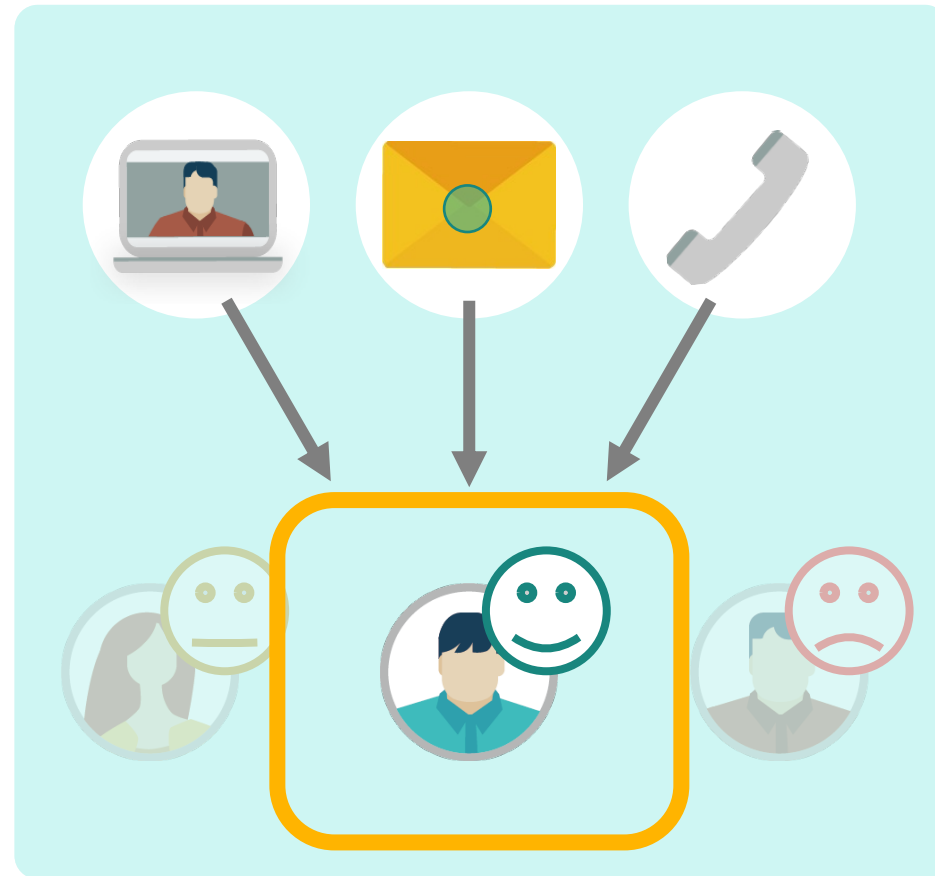
提供コンテンツが一律



顧客にマッチする情報を能動的に提供



アップセル余地のある顧客から
重点的にアプローチ



カスタマーマーケティング

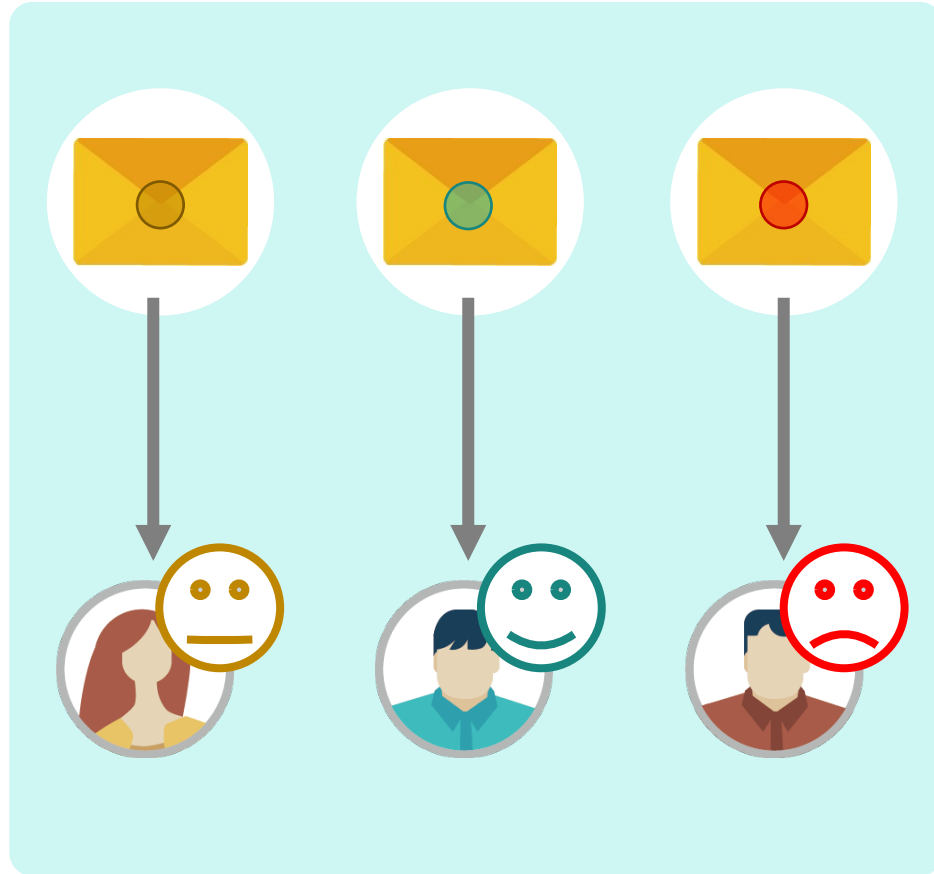
ベンダー



顧客



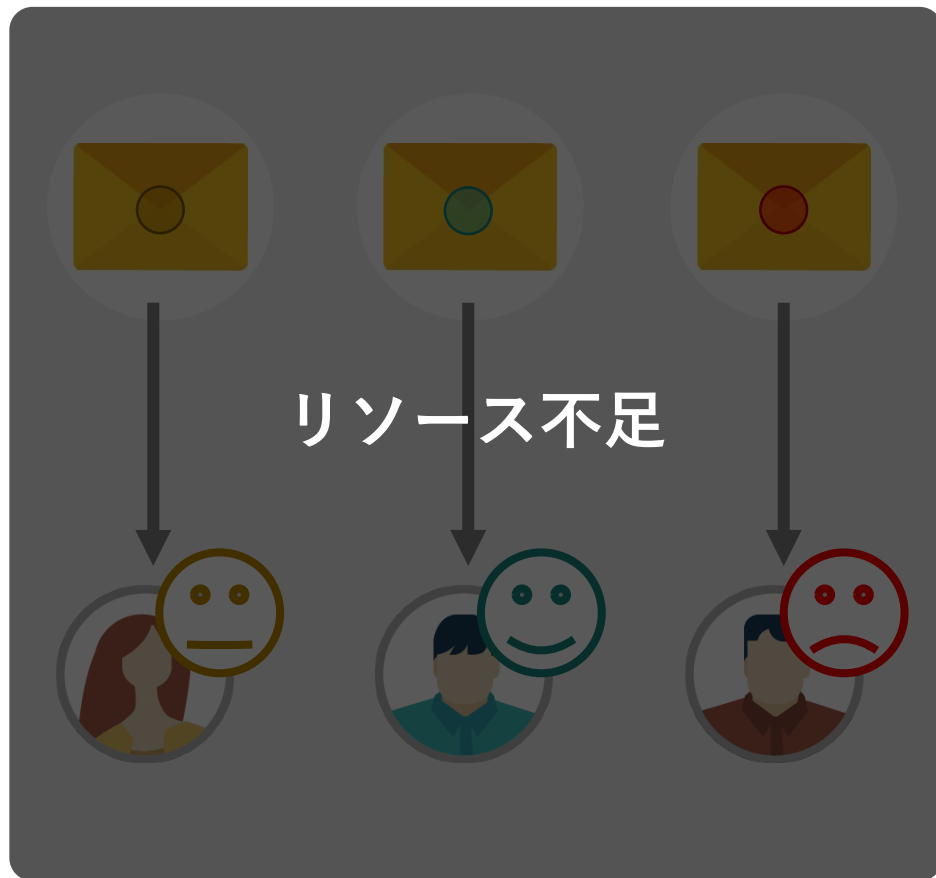
顧客にマッチする情報を能動的に提供



アップセル余地のある顧客から
重点的にアプローチ



顧客にマッチする情報を能動的に提供



アップセル余地のある顧客から
重点的にアプローチ



今からでもNONO遅くない！
カスタマーマーケティングの取り組み4ステップ

顧客理解に役立つデータ例

サービス利用状況データ



▼収集方法

- ・サーバーログ
- ・Googleタグマネージャー
- ・トラッキング など

顧客からのヒアリング情報



▼収集方法

- ・問い合わせ履歴
- ・ヒアリング
- ・アンケート/NPS調査 など

属性情報や 営業段階で収集した情報



▼収集方法

- ・SFA
- ・CRM など

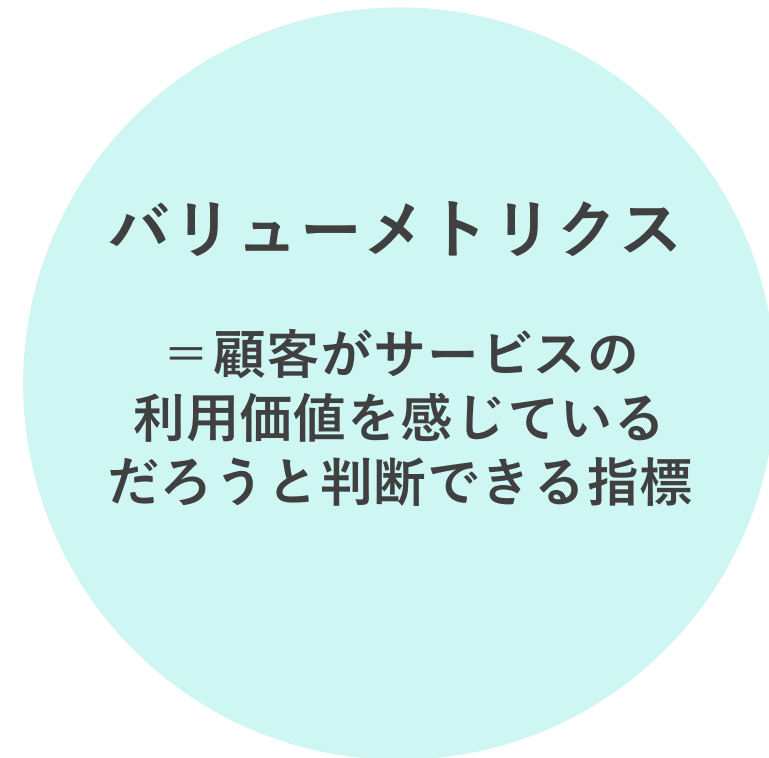
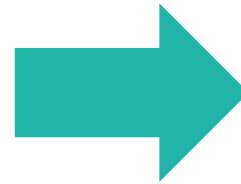
一箇所に集約するのが望ましい

Zapier
がおすすめ

可視化する指標について

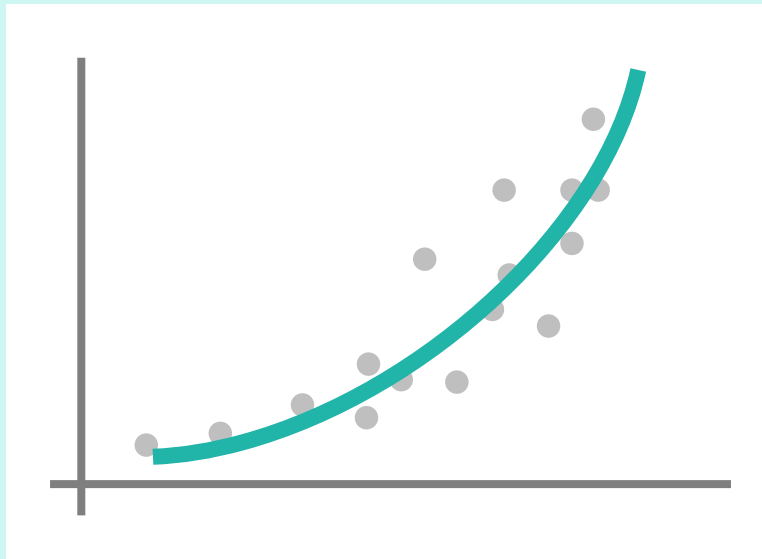


無理せず
まずは

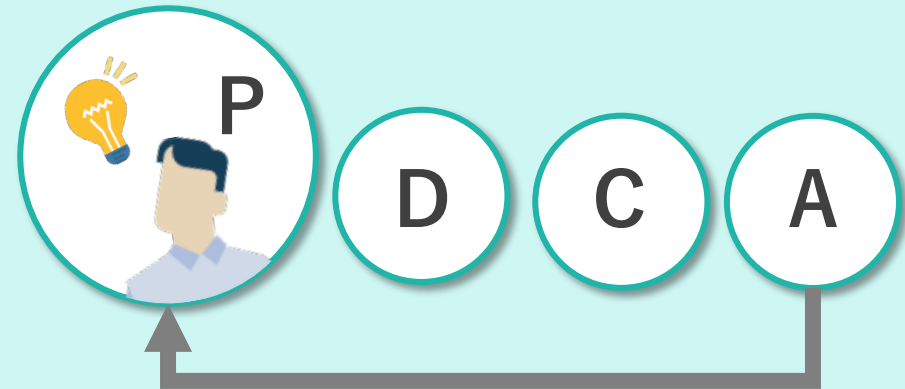


バリュメトリクスの見極め方

データに基づいた相関分析

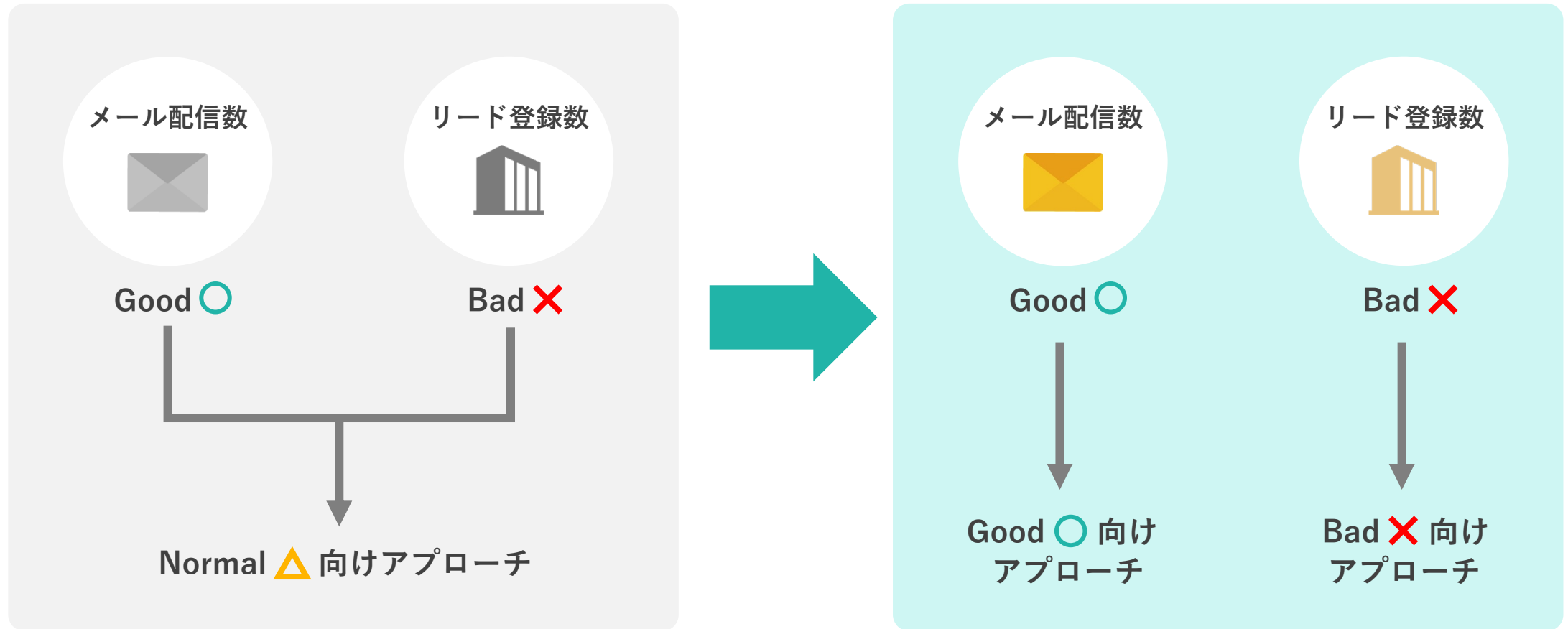


担当者による仮設



ギャップを埋める解決策 ステップ②：可視化

バリュメトリクスが複数ある場合



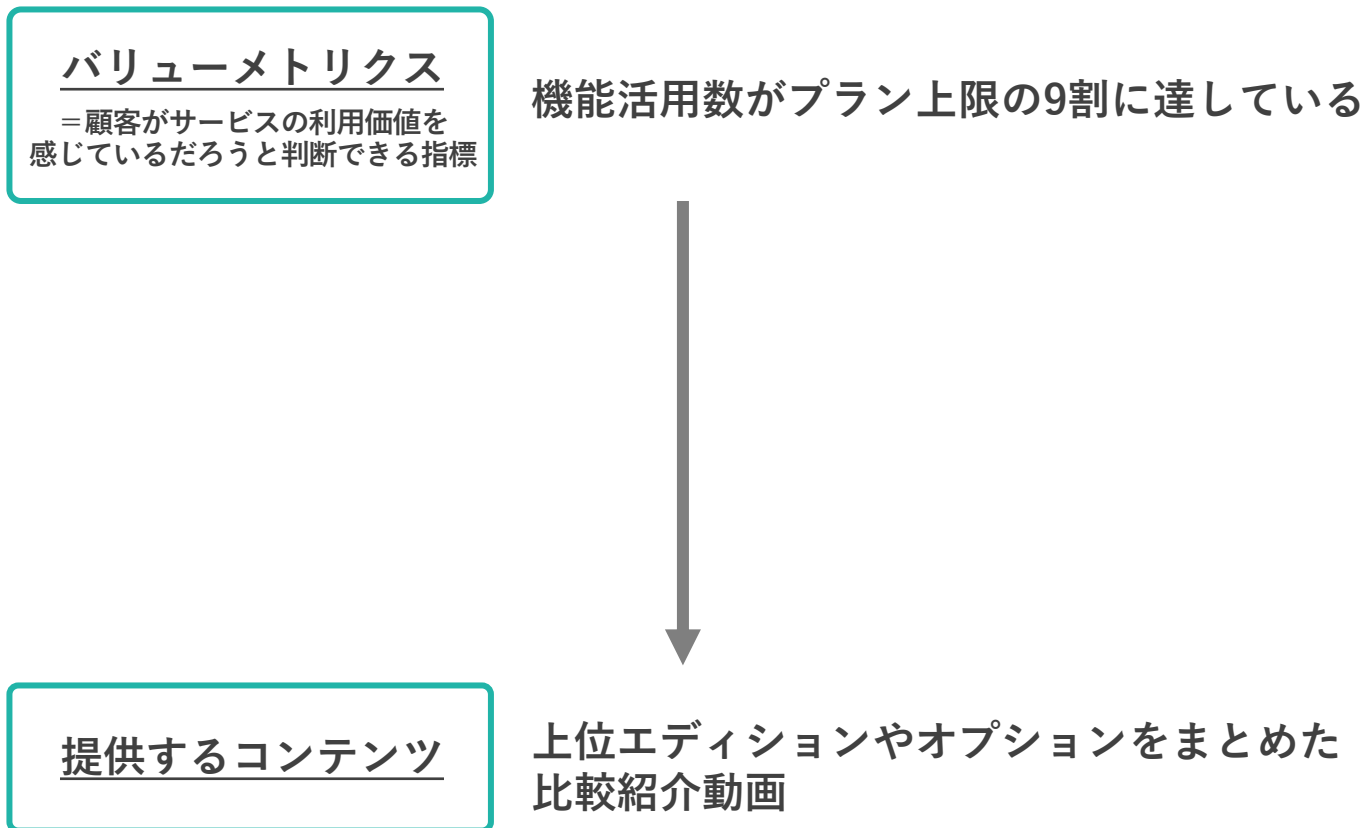
可視化内容に基づいてアプローチをルール化（例）

バリューメトリクス

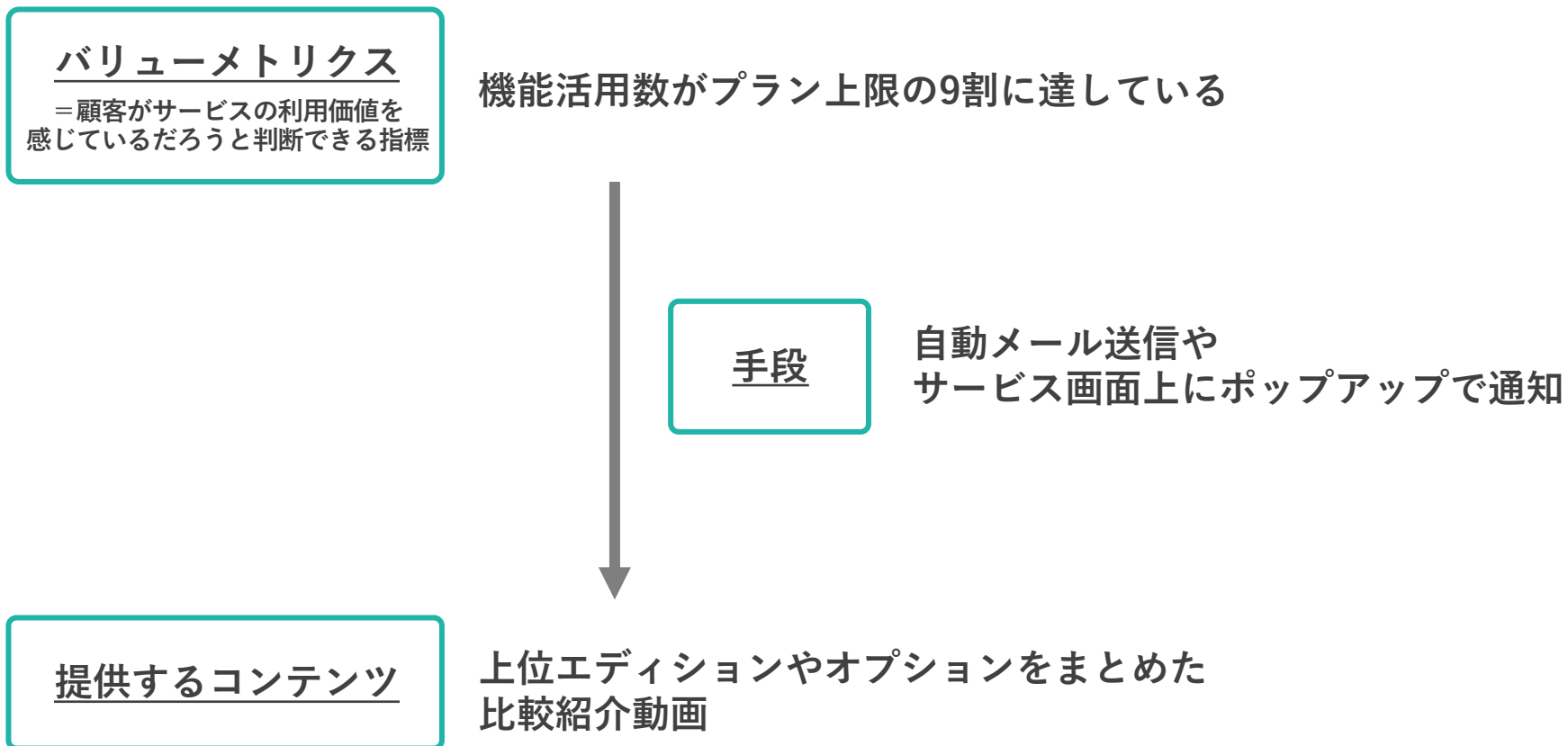
=顧客がサービスの利用価値を感じているだろうと判断できる指標

機能活用数がプラン上限の9割に達している

可視化内容に基づいてアプローチをルール化（例）



可視化内容に基づいてアプローチをルール化（例）



アプローチ数
(接触数)



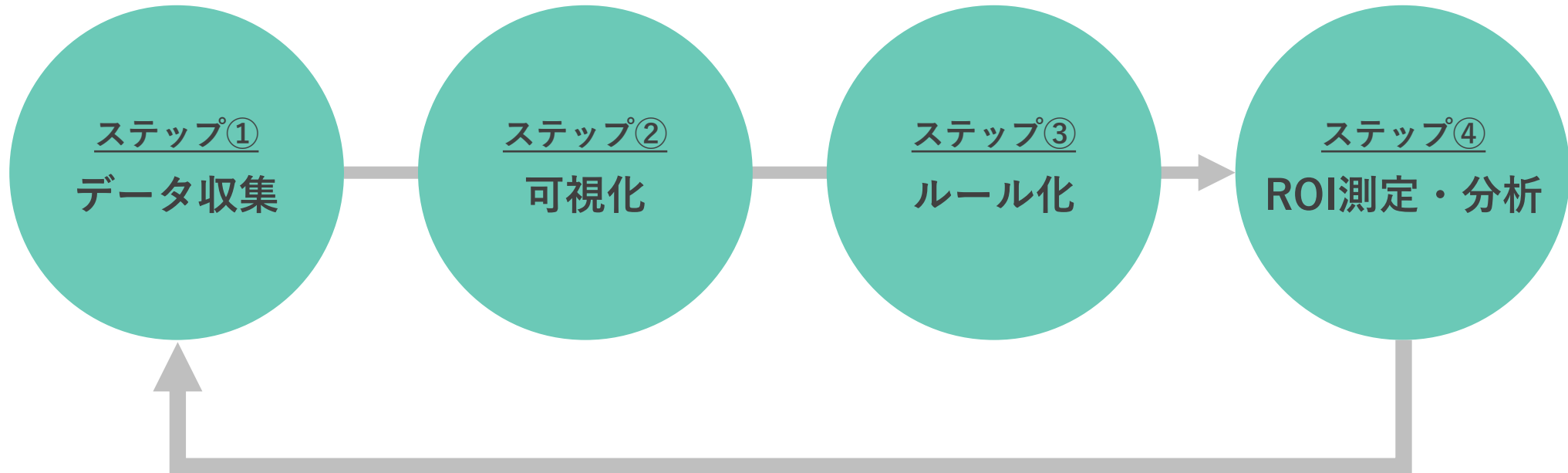
コンバージョン数
(追加受注件数や
面談申込数など)



マーケティング
コスト



今からでもNONO遅くない！
カスタマーマーケティングの取り組み4ステップ



| Fullstarプロダクト紹介

“ 安価で、簡単に、使いこなせる、顧客を増やす5つの課題領域「情報発信」「集客」「顧客体験 価値向上」「見込顧客育成と顧客化」「解約防止・リピート増」を実現するSaaSツール群です。



無料で、簡単に、導入後すぐ、プロ仕様設定で使えるMA

- 誰でも使いこなせるシンプル設計
- 高い支持を得る丁度良い機能

MA国内
導入シェア
No.1
6,000社

BowNow
MA(マーケティングオートメーション)

サービス利用後の顧客不満への対応への支援を行うサービス

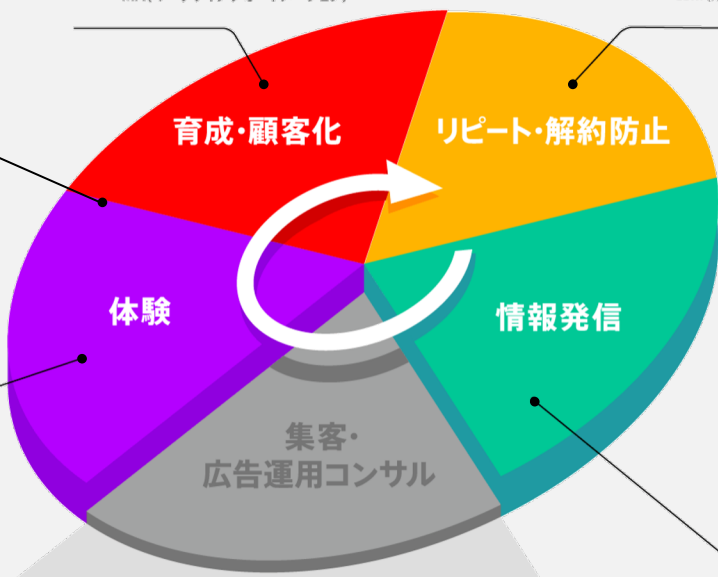
- 顧客不満を検知し満足度向上へのアクションを支援

Fullstar
CSM(カスタマーサクセスマネジメント)

無料から簡単に作れる顧客体験を向上させるチャットボット

- 無料で簡単、チャット作成機能
- 入力フォーム変更

IZANAI
チャットボット



導入実績
70以上の業種
2,400社
以上

安価に簡単にARが作成出来るサービス

- AR簡単生成・作り放題機能
- アクセスログ解析機能

COCOAR
ARアプリ

LESSAR
ウェブAR

AR認識技術
特許取得

専用アプリ無しにARを楽しめるコンテンツ作成が出来るサービス

- AR認識技術において特許取得
- 有名企業とのコラボ展開実施

ActiBook
電子ブック・動画共有

BlueMonkey
CMS&オウンドメディア構築

AppGoose
アプリ運用

Plusdb
データベース構築

creca
スマホ用LP

PDFデータを電子ブックにし分析運用が出来るサービス

- 電子ブックの配信を思うがままに行えるサービス

6,700社
以上導入
電子ブック
ツール

使い易さで脅威の継続率を持つ法人向けWEB運用システム

- 1600社導入、継続率99.6%
- 有料CMSシェア国内3位

1700社導入
有料CMSシェア
国内3位

誰でも簡単にアプリが作成・運用が出来るサービス

- アプリ簡単作り放題機能
- ユーザー分析機能

開発不要で作れるWEB向けデータベースソフト

- CMS Blue Monkeyと連携導入される有用サービス

専門知識無しに誰でもスマホサイトを作成出来るサービス

- 圧倒的に簡単に作成出来る使い易さが支持獲得

各プロダクトのCS体制の推移

2014年 2015年 2016年 2017年 2018年 2019年 2020年 2021年

※2014年以前はカスタマーサポート部隊のみ

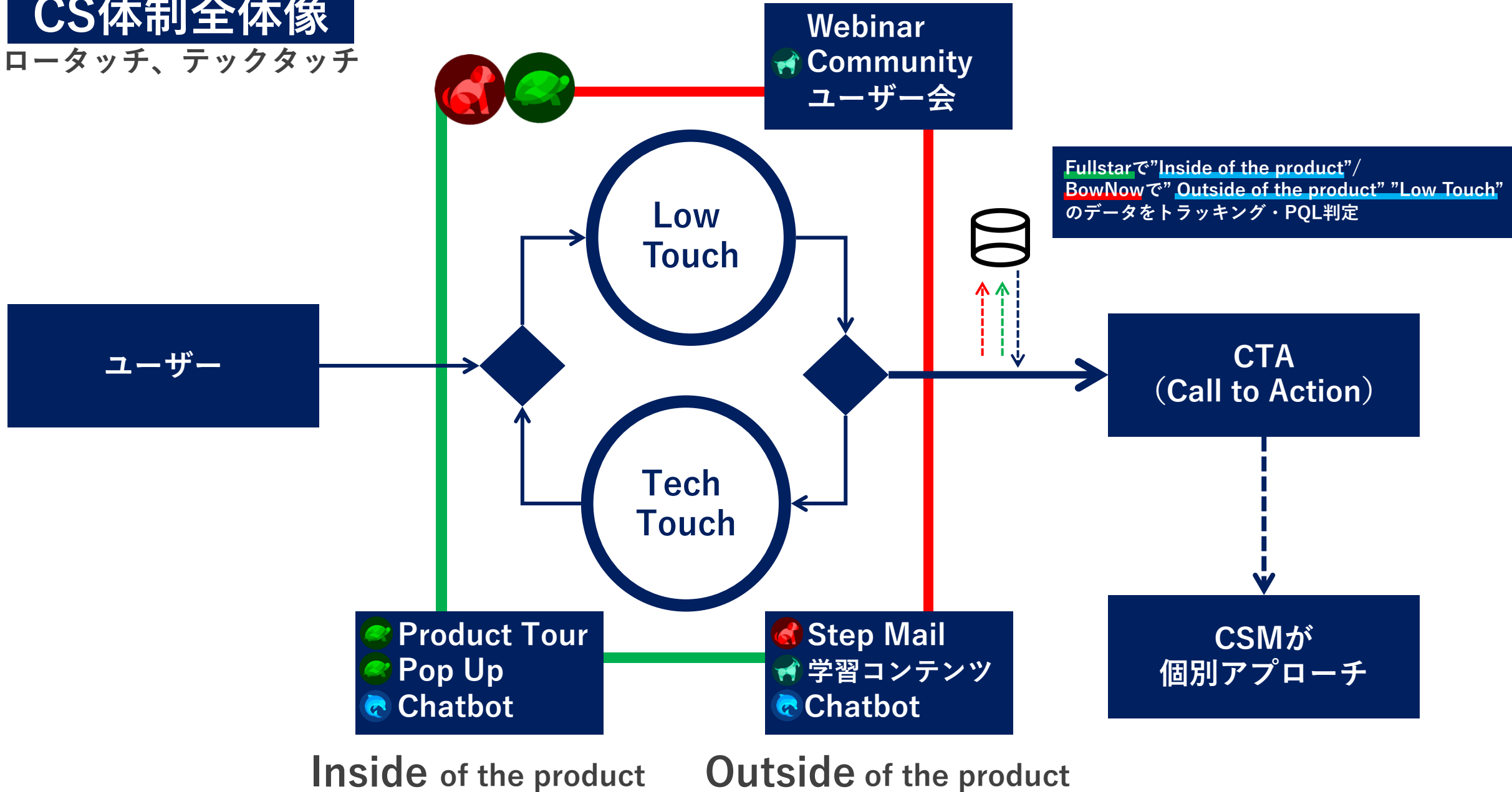


※2018年のタイミングでサブスクリプションモデルに変更

※VOCから新しいプロダクトリリース

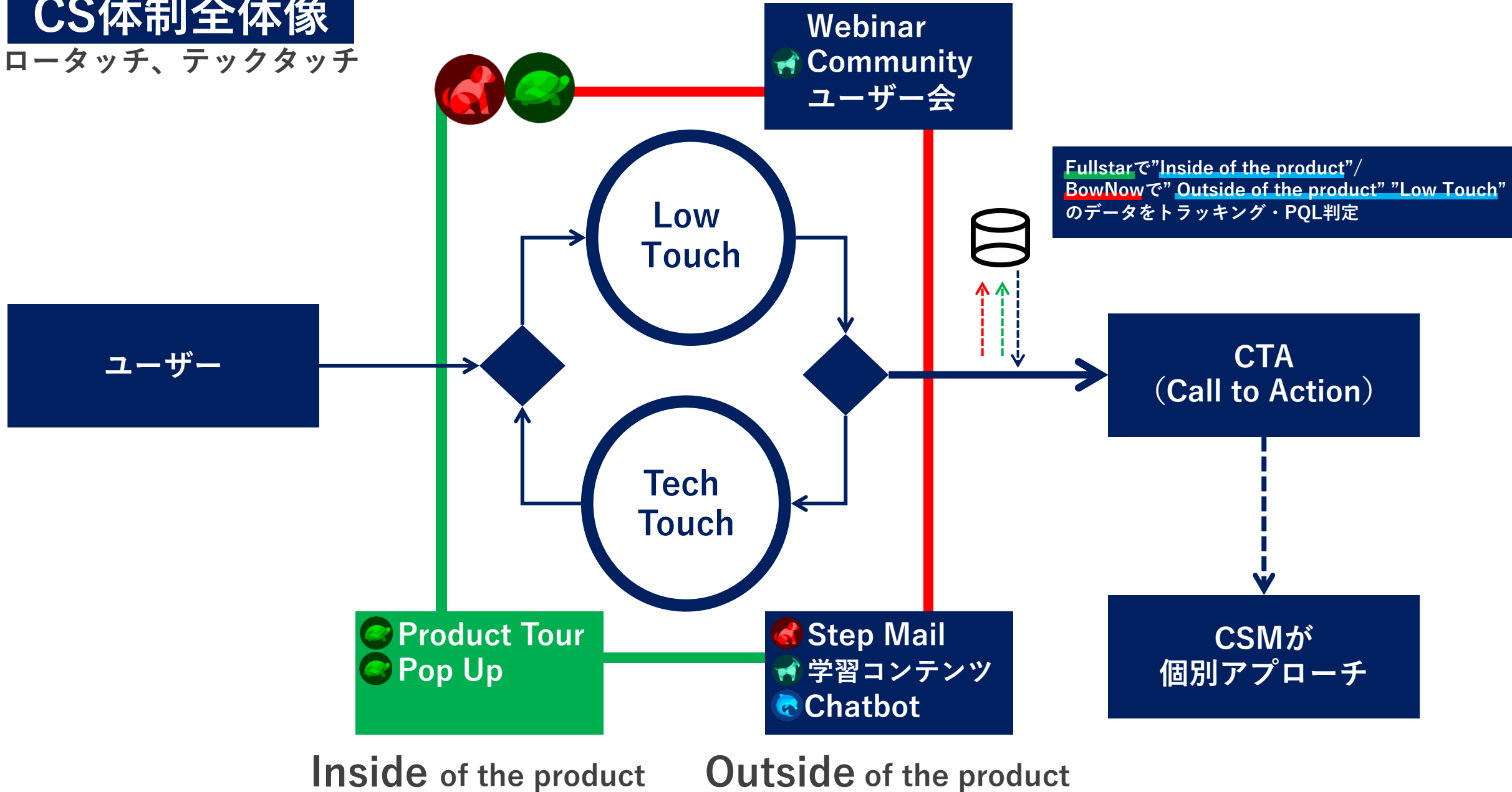
CS体制全体像

ロータッチ、テックタッチ



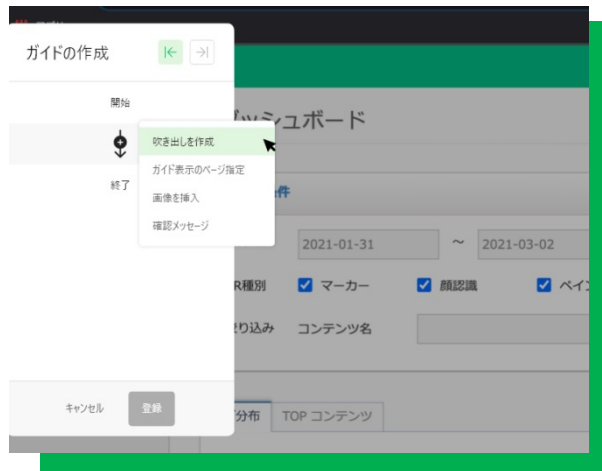
CS体制全体像

ロータッチ、テックタッチ

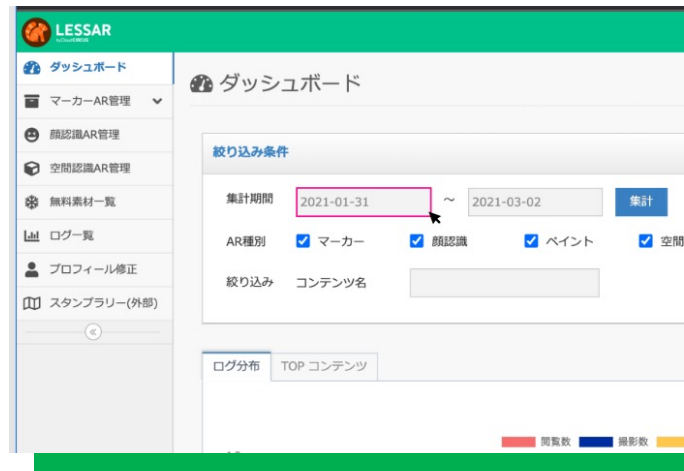


プロダクトツアー作成画面(貴社側)

① ツアーを表示させる順番に沿って作成



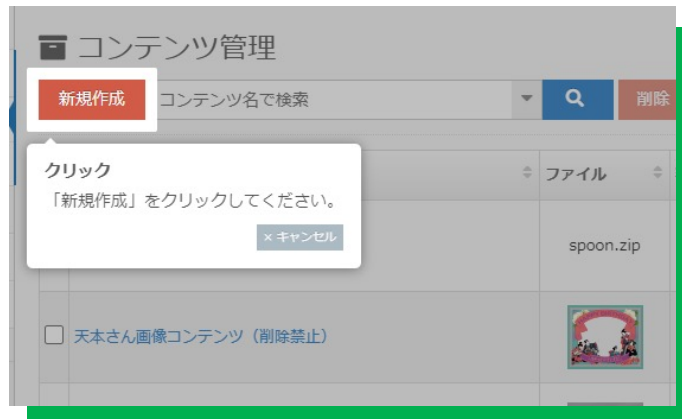
② 吹き出しを表示させる箇所を選択



③ 表示させる文言を記入



プロダクトツアー表示(ユーザー側)

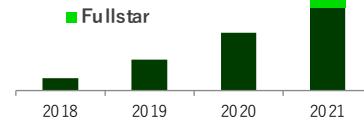


プロダクトの画面に応じて、自由に作成することができます。(上記は弊社プロダクトLESSARで作成しているプロダクトツアーです)

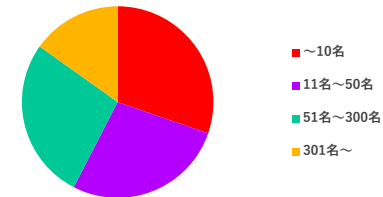
Fullstarが選ばれる理由

導入実績

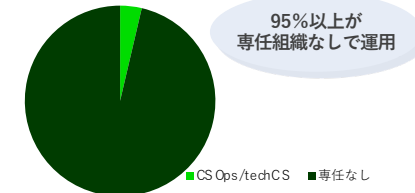
Cloud CIRCUSは500社以上のSaaS企業に選ばれています。



スタートアップ~大手SaaSまで幅広く導入されています。

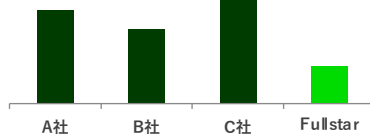


専任のCSOpsなしで導入できます。



選ばれる理由

価格
他社の1/3のコストで運用可能！



運用
99%ノーコードで導入/実装/更新
圧倒的手間いらず！

わずか数分で実装可能



カスタマーサクセス
2.2万社導入のCloud CIRCUS流
SaaSグロースノウハウ伝授！



POによるコンサルティング

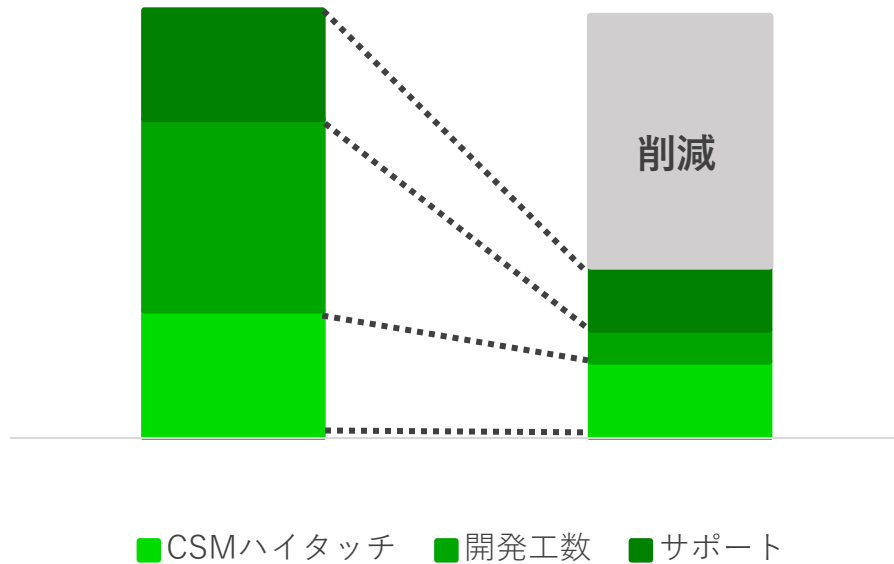
サポート
月1~2回のオンボーディング支援



導入支援サポート

Fullstarで見込めるROI

Fullstar導入で削減できる時間



01. サポート工数

事例A
「サポート対応時間が34時間→20時間に」

作成時間 34h→20h
人件費(時給) ×5,000円
削減金額 = 70,000円/月

02. 開発工数

事例B
「1つのプロダクトツアー作成時間が60時間→2時間に」

作成時間 60h→2h
人件費(時給) ×5,000円
削減金額 = 390,000円/月

03. ハイタッチ支援工数

事例C
「ハイタッチフォローを40社→24社に削減」

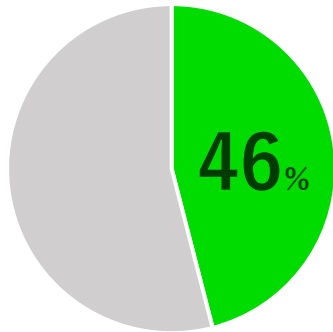
ハイタッチ支援 40h→24h
人件費(時給) ×5,000円
削減金額 = 80,000円/月

オンボーディング工数を削減できた事例

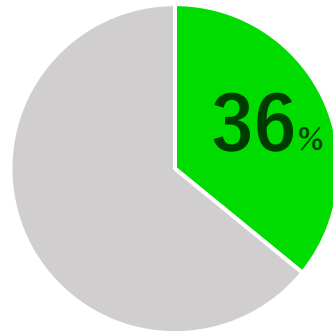
チュートリアル設置製品のワンタッチ比率

カスタマーサポートにおけるワンタッチ
一度の返信で対応できるような簡単な問い合わせ内容のこと
(例：使い方や機能について)

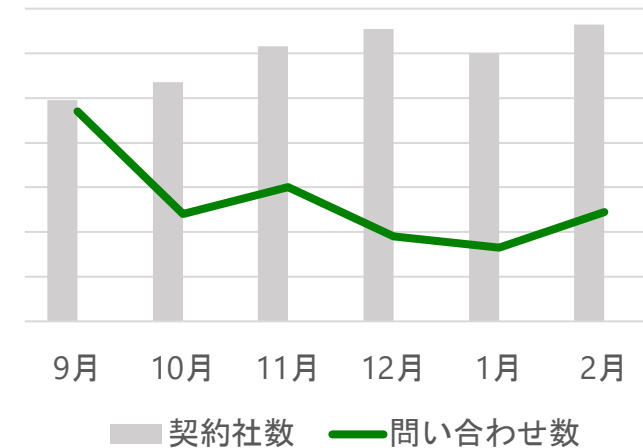
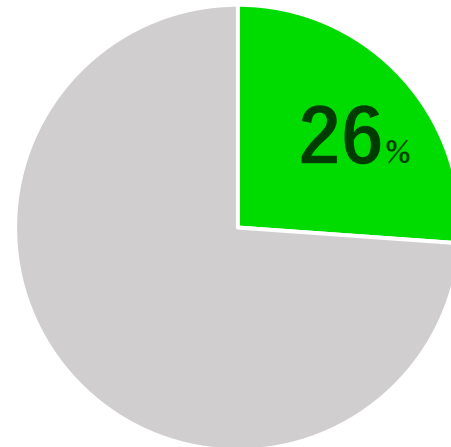
今までは契約社数の伸びに伴い、
サポートへの問い合わせ数も増加。
定型回答ができる「ワンタッチ」の内容を
チュートリアル化することにより、
「ワンタッチ比率の減少」
「全体的な問い合わせ数の減少」に成功



チュートリアル未設置の製品
ワンタッチ比率41%



チュートリアル設置の製品
ワンタッチ比率26%



Fullstar料金プラン

Fullstarプラン	Enterprise	Light	Free
想定利用者	ユーザーの活用レベルを個別に把握し、 効率的なハイタッチをしたい人向け		まずはテックタッチを実装し 対応工数を減らしたい人向け
月額費用(税込)	¥110,000	¥55,000	¥0
チュートリアル作成	無制限	無制限	1パターン
エンゲージメント作成/分析	✓	✓	✓
コミュニケーション管理	✓	✓	—
ロゴの非表示	✓	✓	—
Slack連携	✓	✓	—
チュートリアル分析	✓	✓	—
サポート	✓	✓	—

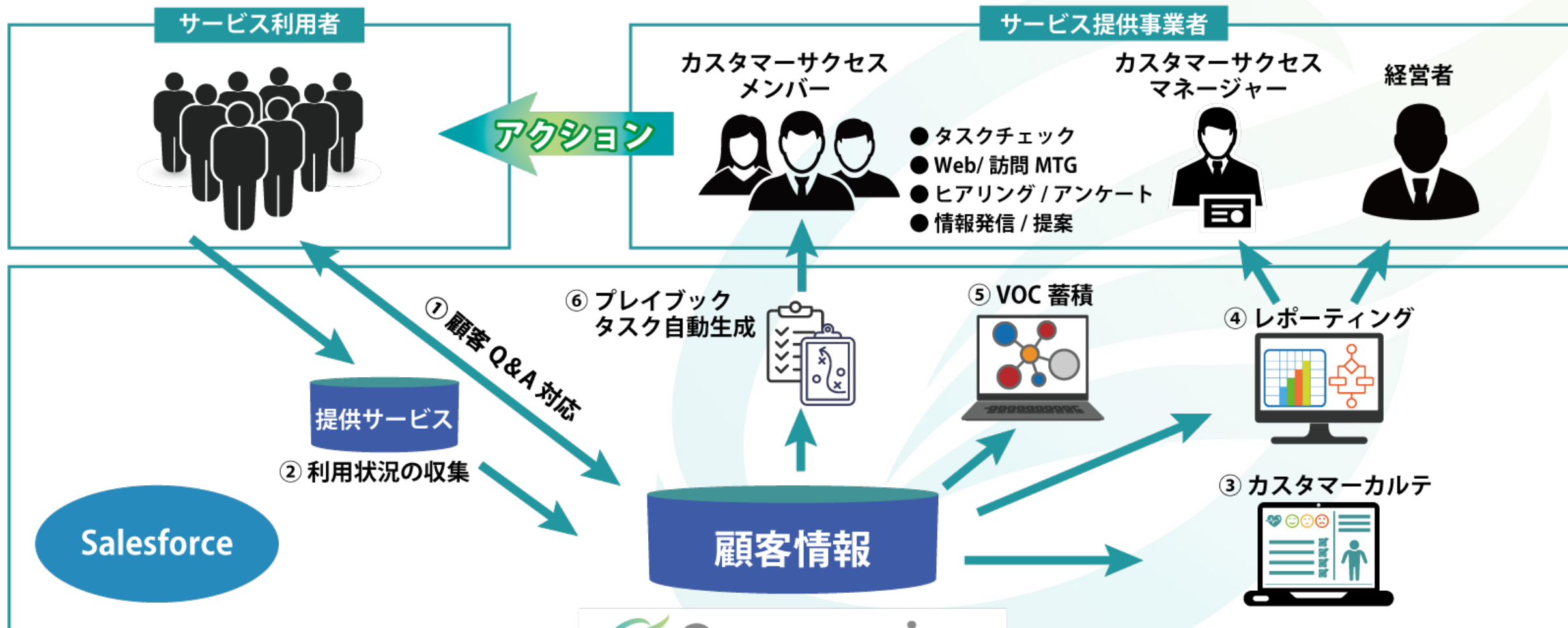
| Growwwing プロダクト紹介

A large, semi-transparent hand is shown holding a cityscape. Inside the hand, several business professionals are depicted in various work-related activities: two women talking, a man in a suit, a man in a blue shirt, a woman in a white shirt, and a man on a mobile phone. The background shows a dense urban skyline with mountains in the distance.

LTV最大化のための カスタマーサクセスプラットフォーム 『Growwwing グローウィング』

～解約防止とネガティブチャーンを達成する顧客管理！
Salesforceとの相性は全ツールNo.1～

組織内外に散在する顧客データを一元管理し活用できるようにする
LTVを最大化するためのカスタマーサクセスプラットフォームです。





自社開発のクラウドサービス
ヘルプデスク業務支援ツール
『LMIS (エルミス)』



CS活動を実施する中で、**自社用**
にCS活動管理プラットフォーム

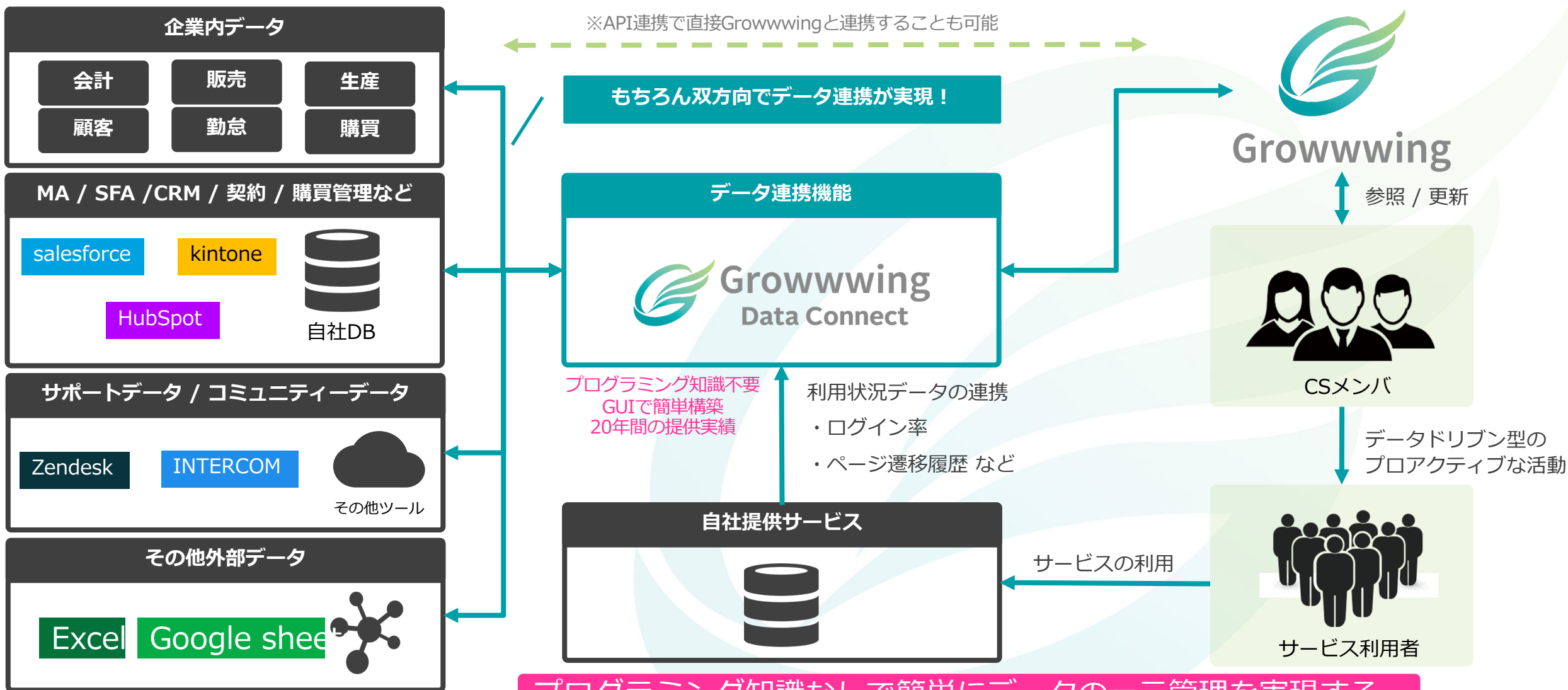
を開発/構築



自社の成功ノウハウがより多
くの方に

共有出来るよう開発を重ねて
汎用化

Growwwingはヘルプデスク支援ツール「LMIS」の顧客サクセスでも活用されており、
年次解約率を10%から3%に削減し、ネガティブチェーンを実現しました。



プログラミング知識なしで簡単にデータの一元管理を実現することが可能です。連携工数も削減！

HitomeQ
Core Support



現状を革新し、 事業貢献するプロフィットセンターへ

HitomeQ ケアサポートはデータに基づき介護施設のオペレーションを革新するソリューションサービスです。カスタマーサポートの対応がリアクティブとなっている現状を革新し、事業貢献するプロフィットセンターとすべく、カスタマーサクセスを導入する方針を立てました。営業部はPardot/SalesCloudを利用しており、Growwwingは「SFDCとの連携が容易であること」「CSの考え方やサービスコンセプトに共感できたこと」が導入の決め手となりました。高齢者/介護スタッフの行動データをGrowwwingと連携し、顧客情報の一元管理とデータに基づくオペレーションの実現により社内/顧客双方のDXを進めていきます。

KONICA MINOLTA

コニカミノルタ株式会社
QOLソリューション事業部
カスタマーエンゲージメント部
グループリーダー 岡田崇志 氏

CREATIVE SURVEY



解約率やLTV・アップセル等のKPI管理や 予測、顧客体験管理の課題を解消

「CREATIVE SURVEY」は法人向けアンケートシステムです。弊社では顧客情報や販売の状況をSalesforceで一元管理していましたが、解約率やLTV・アップセル等のKPI管理や予測、顧客体験管理が課題でした。Growwwingは「一企業に複数の製品/時期の契約を紐付けできること」「主要KPIを手軽に確認できること」「データ連携が得意だったこと」が導入の決め手となりました。契約を適切に管理し、個別担当者の顧客体験を押さえていくことによるアップセル・クロスセル獲得によるLTV向上、そしてSalesforce上で稼働する弊社製品と組み合わせることで、より詳細な顧客体験の積み重ねを実現していきます。

CREATIVE SURVEY

クリエイティブサーベイ株式会社
Sales&Marketing Div
取締役 菊地 孝行

らくらくBOSS
Back Office Solution Suite



ユーザ行動の継続的な可視化と分析、 解約予見/阻止、売上・利益の拡大を狙う

「らくらくBOSS」は約600社/70万ユーザに利用される通勤費、出張・経費、申請等の業務管理クラウドサービスです。コールセンタGでは顧客起点でのサポート業務中心でしたが、既存顧客の解約が顕在化し対策が急務となりました。カスタマーサクセスへの本格的な取り組みに向けて、Growwwingは「契約管理を含めた活動のライフサイクル全般で利用可能」「ログ取込や他システム連携による多様なデータ分析・課題/行動管理が可能」「自社Salesforceとの親和性/連携性が高い」ことから導入を決めました。Growwwingを活用し、ユーザ行動の継続的な可視化と分析、解約予見/阻止、売上・利益の拡大を狙っていきます。


<http://www.mugen-corp.jp>

株式会社無限
カスタマサクセス部 コールセンタグループ
伊藤 克己 (いとう かつき)

他にも多くの業種/業態向けサービスに
Growwwingが利用されています。

LTV最大化のための カスタマーサクセスプラットフォーム

～解約防止とネガティブチャーンを達成する顧客管理！
Salesforceとの相性は全ツールNo.1～

January February March April May June July August September October November December

| pottosプロダクト紹介

カスタマーサクセス担当者の業務を効率化する カスタマーサクセスオートメーションツール

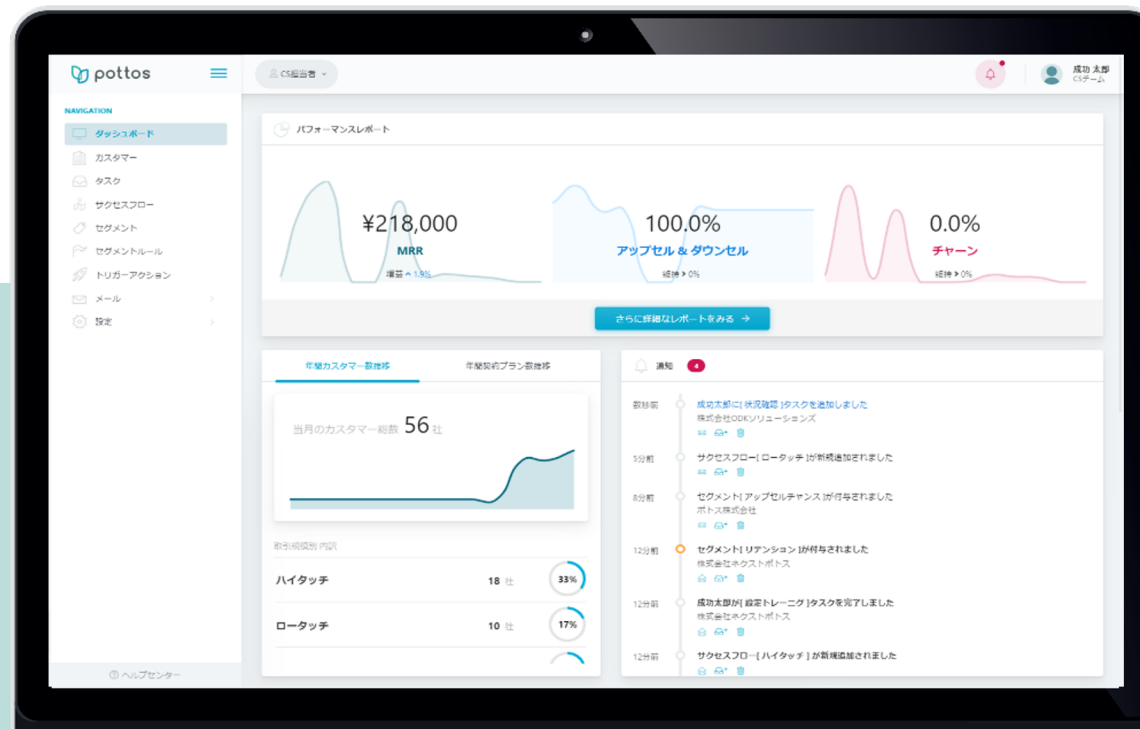
見える化

Chance!

+5

業務管理

To Do



アプローチ



分析



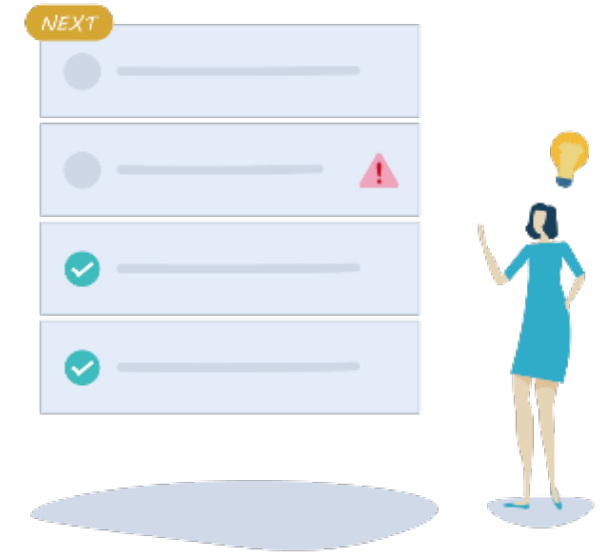
01 顧客の状況を把握



02 顧客への自動アプローチ



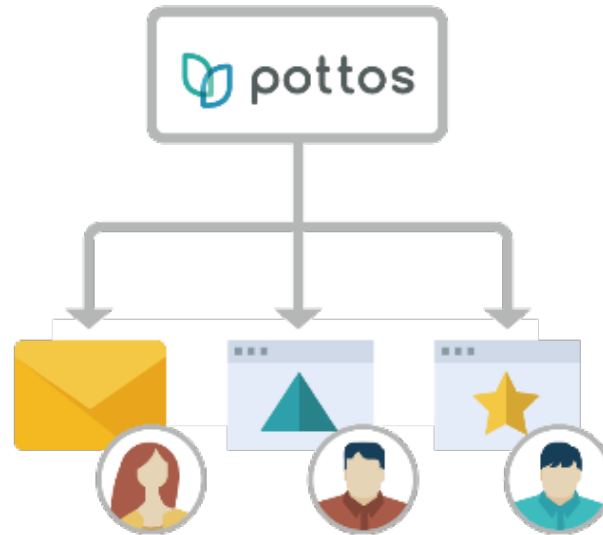
03 担当者の業務を管理



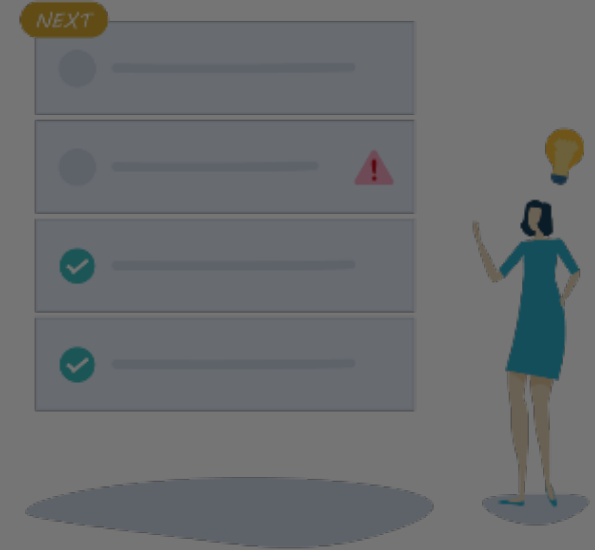
01 顧客の状況を把握



02 顧客への自動アプローチ



03 担当者の業務を管理



pottos の仕組み

点在する様々な
ユーザーデータを容易に収集

社内に点在するユーザーデータ

サービス利用

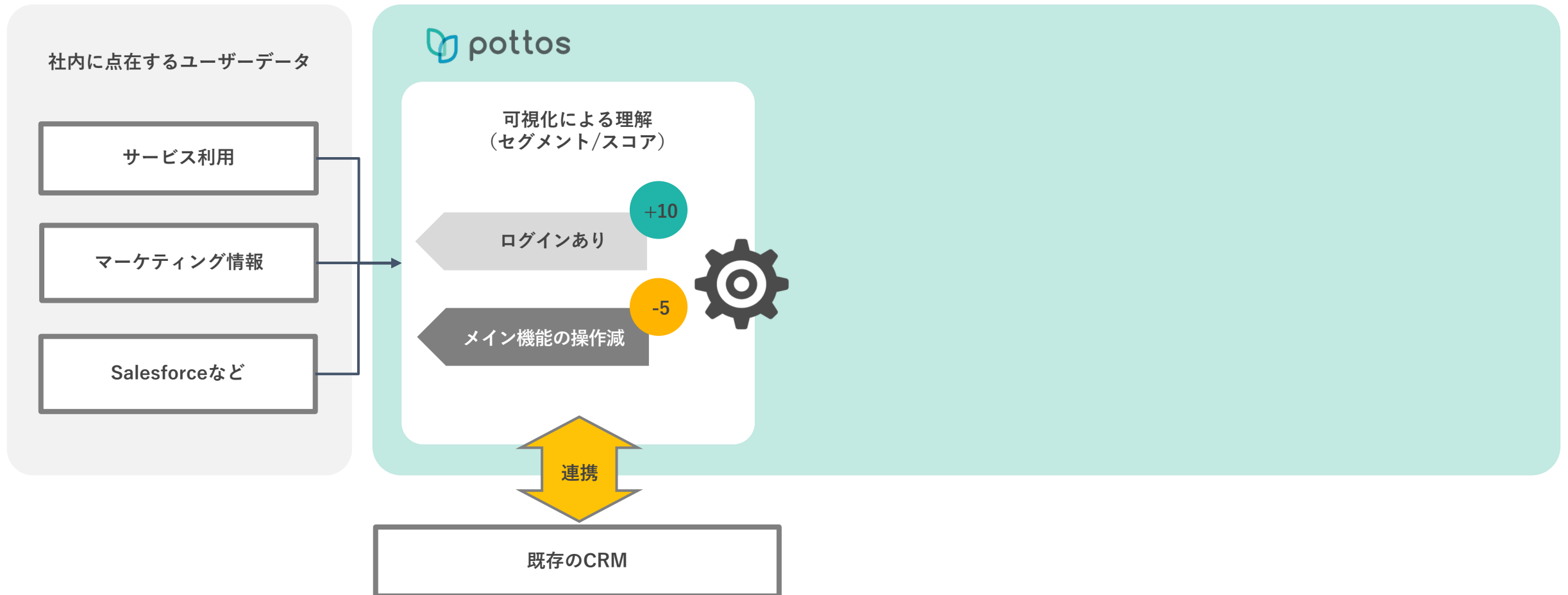
マーケティング情報

Salesforceなど

pottos の仕組み

点在する様々な
ユーザーデータを容易に収集

ユーザーの可視化を自動化
(自動セグメンテーション)

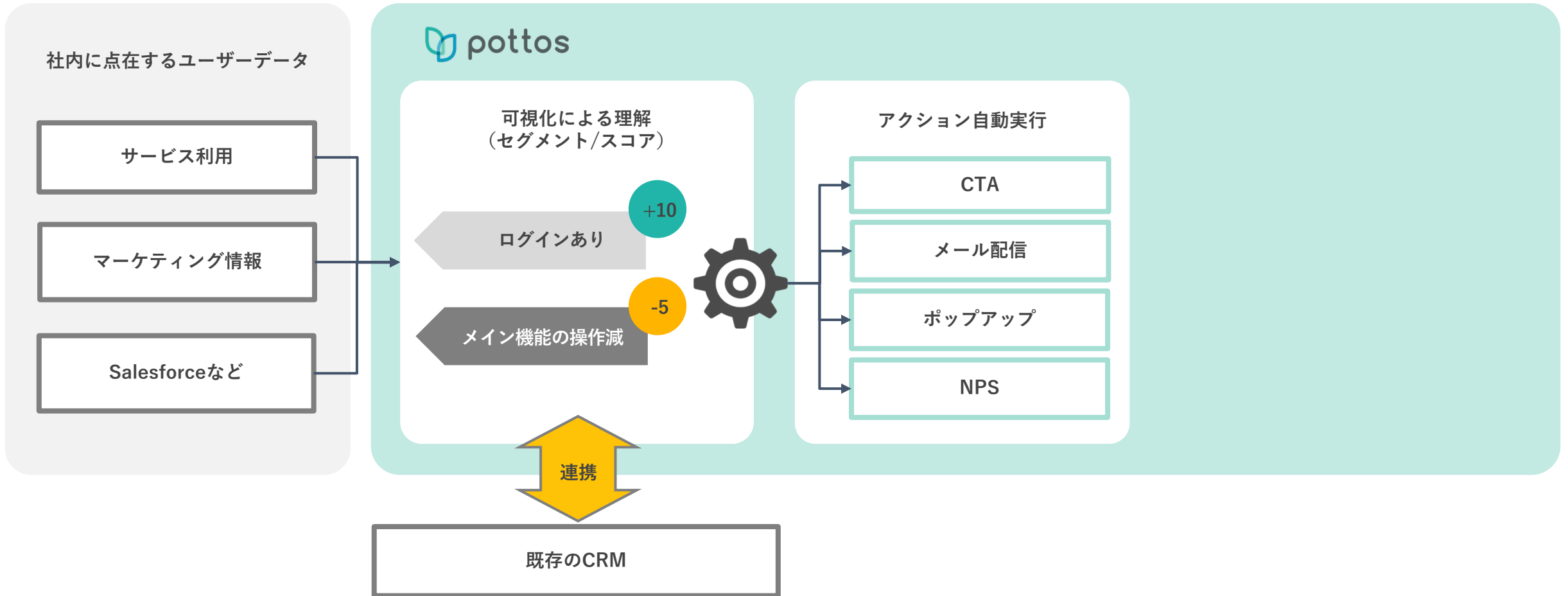


pottos の仕組み

点在する様々な
ユーザーデータを容易に収集

ユーザーの可視化を自動化
(自動セグメンテーション)

ユーザー可視化に基づき
最適なアクションを自動化



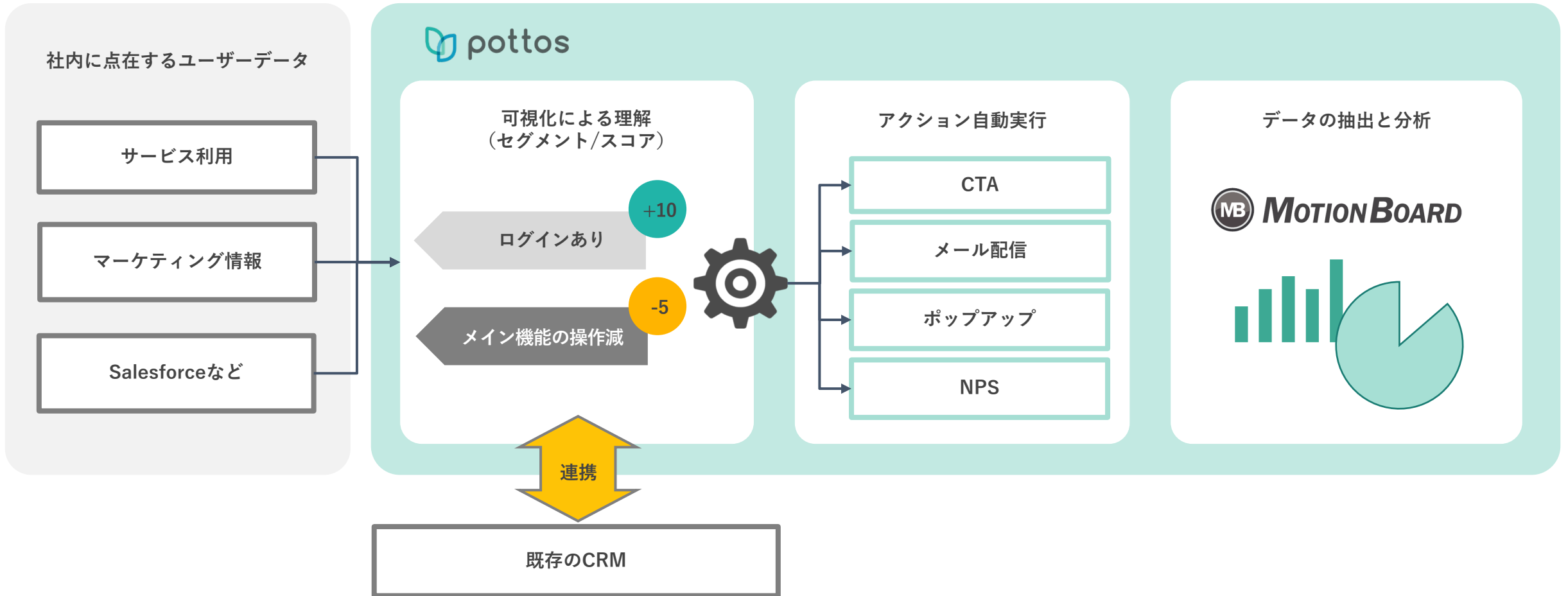
pottos の仕組み

点在する様々な
ユーザーデータを容易に収集

ユーザーの可視化を自動化
(自動セグメンテーション)

ユーザー可視化に基づき
最適なアクションを自動化

活動の分析など
PDCAサイクルの循環



pottos の特徴①：顧客の状況を把握

▶ 顧客の状態をタグで表現する

顧客A



ログイン状況_Good

A利用状況_Bad

契約更新1ヶ月前

顧客B



ログイン状況_Good

A利用状況_Good

イベント参加_セミナー

顧客C



ログイン状況_Bad

A利用状況_Bad

事例インタビュー

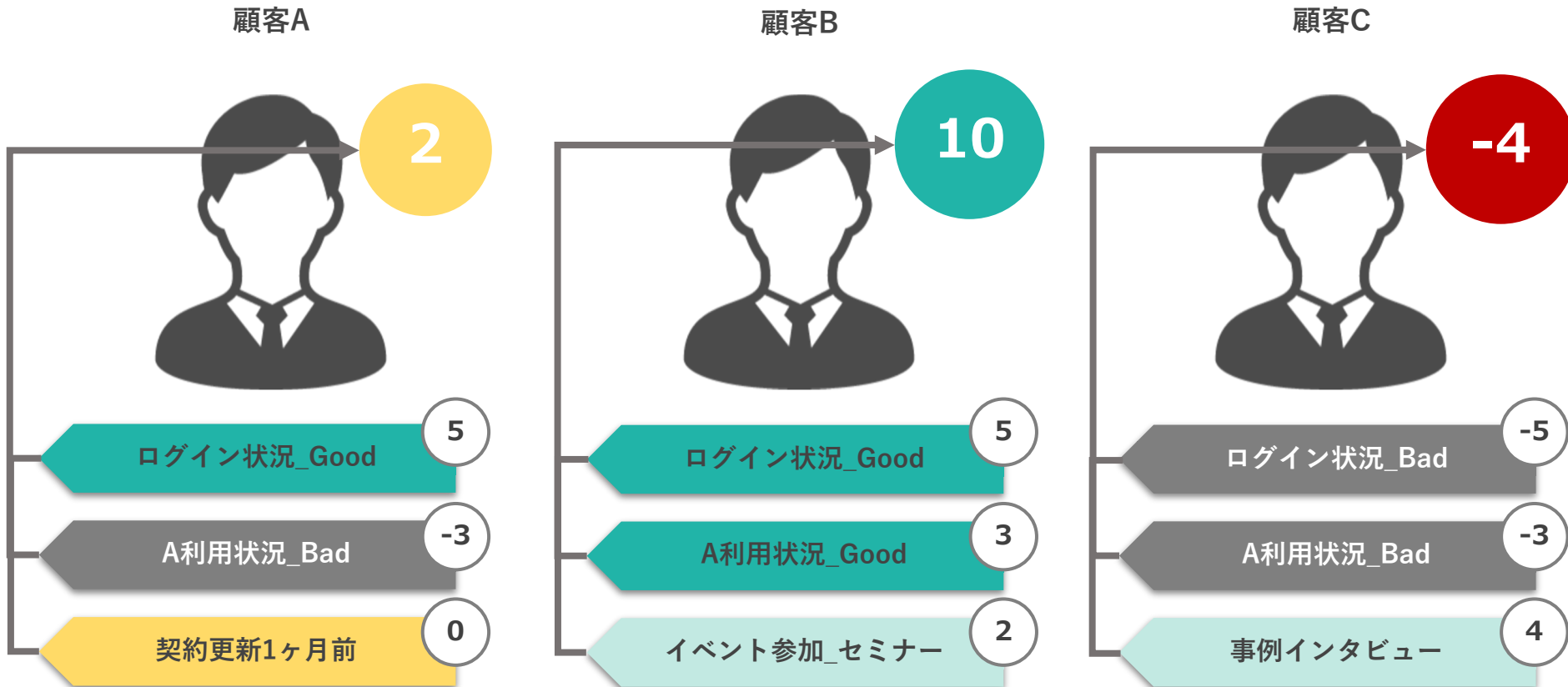
pottos の特徴①：顧客の状況を把握

▶ 顧客のサービス利用状況などに応じてリアルタイムに自動判別



pottos の特徴①：顧客の状況を把握

▶ 顧客を数値スコアで評価する



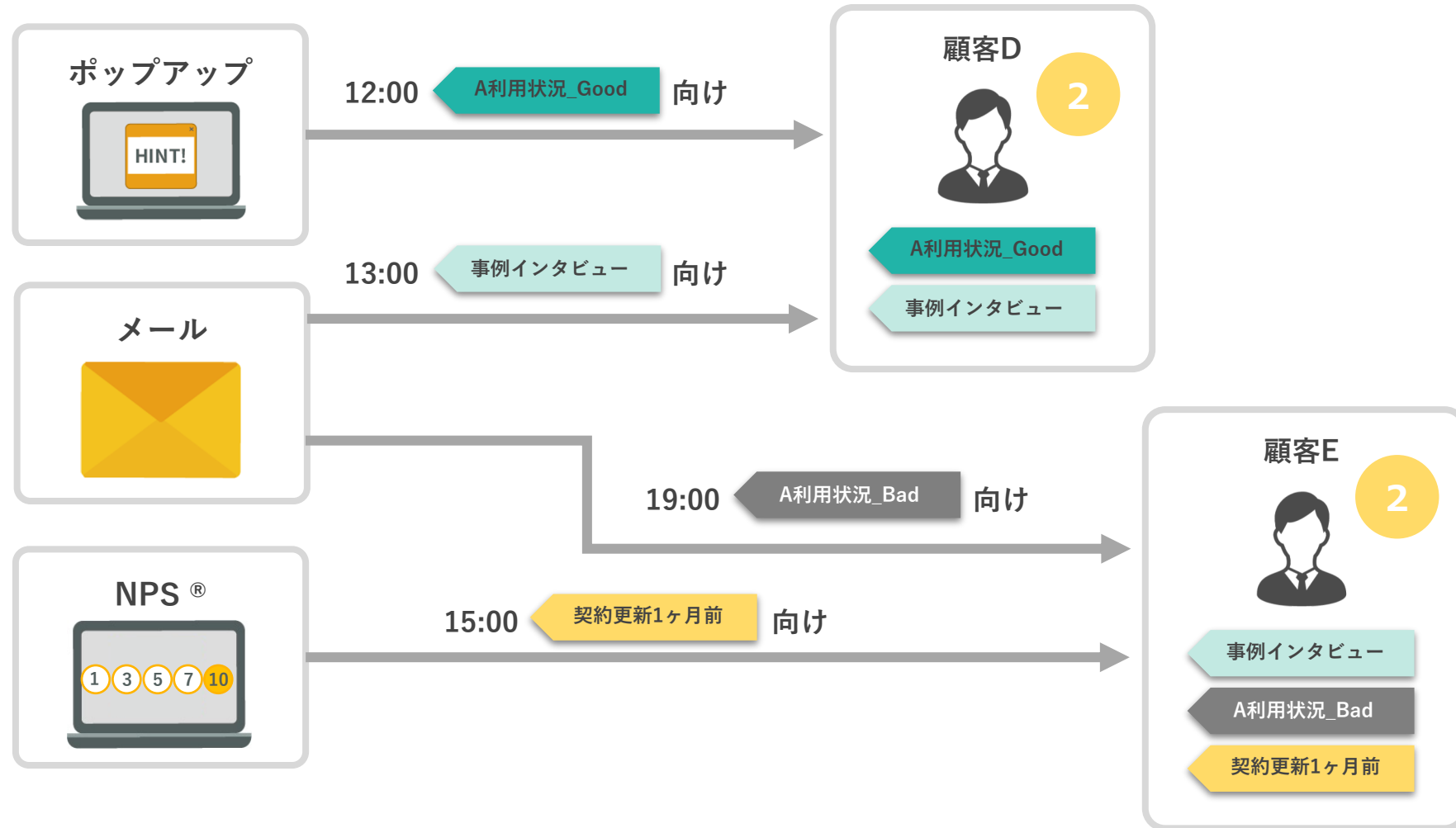
pottos の特徴①：顧客の状況を把握

▶ セグメントタグ & スコアの両側面で顧客の可視化をする



pottos の特徴②：顧客への自動アプローチ

▶ 顧客に対しリアルタイム&マッチしたアプローチが可能



カスタマーサクセスに役立つpottosの機能

モニタリング



セグメント



Playbook



CTA



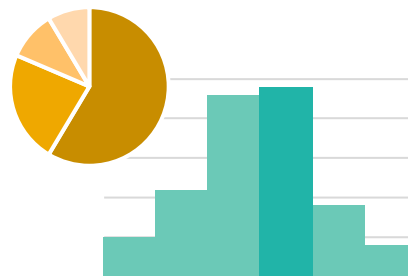
メール



ポップアップ



BI



NPS®



NPS®は、ベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標です。