

## ライブパーソンのソリューションを用いて、加入申込みの増加とサポートコストの削減に成功したクレジットカード会社

### ライブパーソンについて

ライブパーソン (NASDAQ: LPSN) は、企業と顧客をリアルタイムでつなぐプラットフォームを提供しています。ウェブサイト、ソーシャルメディア、携帯端末などの適切な媒体を通して企業は、チャット、音声、コンテンツを最適のタイミングで顧客に配信することができます。リアルタイムのユーザー行動解析に基づいた「インテリジェントなコミュニケーション」により、企業は顧客ニーズを捉えることが可能になりました。

ライブパーソンのプラットフォームは、ヒューレット・パッカード、IBM、マイクロソフト、ベライゾン、スカイ、ディズニー、PNC、QVC、オービッツをはじめ8500社以上に利用されており、コンバージョン率や顧客経験価値の向上を実現しています。

2012年、ライブパーソンはCODiEアワードのコンテンツ管理ソリューション最優秀賞を受賞しました。前年には、同アワードのeコマースソリューション最優秀賞を受賞し、フロスト&サリバン社の年間最優秀企業にも選出されています。

ライブパーソンはニューヨークに本社を構え、サンフランシスコ、アトランタ、テルアビブ、ロンドン、メルボルンに支社を展開しています。

### 連絡先

ライブパーソン

Level 3, 80 Dorcas Street,

South Melbourne,

VICTORIA,

AUSTRALIA 3205

T: +61 9040 0044

info@liveperson.com

www.liveperson.com

### 概要

合衆国の某大手クレジットカード会社は、クレジットカード業界で常に革新的なサービスを提供しており、競合他社の中でも顧客ロイヤリティが高いことで知られています。

### ライブパーソンのソリューションの導入

2007年3月、同社はライブパーソンのソリューションを導入し、ウェブサイト上でチャットサービスを開始しました。新規顧客の加入申込み完了率やカスタマーエクスペリエンスの向上が目的です。社内のカード担当者がチャットを通して、どのクレジットカードを選べばよいか、どうやって申込み手続きをすればよいかなど、サイト訪問者をサポートできるようになりました。

同社は、ウェブサイト上でサイト訪問者が最もサポートを必要とするエリアに、チャットボタンとチャットの招待機能を導入しました。ライブパーソンのプラットフォームが、サイト訪問者が加入申込みをするかどうかの指標となるクリックスルーのパスやページ滞在時間、前回の訪問、カード保持者をモニターし、ルールが適用されたサイト訪問者をチャットに招待します。これらの「ホットリード」のサイト訪問者のニーズを先取りしてチャットで対応することで、1ヶ月でカード加入申込みが900枚増えました。さらに、チャットを行ったサイト訪問者のコンバージョン率は27.5%を達成し、セルフサービスのコンバージョン率16.4%のほぼ2倍となりました。

これらの結果をもとに、同社のオペレーションチームはサポートコスト削減の戦略を打ち立てました。そして2008年4月、ログインができず困っている顧客へチャットサービスの提供を開始しました。チャット導入の目的は2つあり、サイト訪問者が自分で問題を解決できるようにすること、オペレーションの効率を向上することでした。

パスワードのエラーが表示されたサイト訪問者は、非常に高い確率でコールセンターに電話をします。電話やEメールでの問い合わせ数を削減するため、これらのサイト訪問者をより費用対効果の高いチャットに招待したところ、1対応あたりのコストが半減しました。

さらに、チャットでは同時に複数のサイト訪問者に対応できるため、電話と比べ1時間あたりの顧客対応数が倍増します。電話やEメールの問い合わせをチャットに移行することで、同社は大幅なコスト削減に成功しました。

さらに、チャットの出口アンケートから顧客の反応を理解することが可能になりました。アンケートの回答率は66%にもなり、チャットを行わなかった場合は電話をかけたかどうか、問題解決までに何度問い合わせをしたか、チャットの満足度など、非常に多くのデータを得ることができました。ポジティブなフィードバックがほとんどで、顧客満足度は93%にもなりました。

アンケートの回答から、チャットが好まれていることが明らかになりました。56%がチャットを一番好きなチャネルだと回答し、Eメールが良いと答えたのは10%、電話と答えたのは15%でした。また、チャットでの問題の初回解決率は平均90%で、他のチャネルと比べて劇的に向上しました。

### 目的

- ・ サポートコストの削減
- ・ 問題の初回解決率の向上
- ・ ウェブサイト上でのカード申込みの増加
- ・ 電話と比べ、チャットは効率性が高いかどうか検証
- ・ ライブチャットに対する顧客の反応を検証

ライブパーソンのプロフェッショナル・サービスのチームが、同社のために継続的にプログラムを改善しています。同社ではチャット招待の承諾率やチャットの利用率を高めるため、テストと最適化のプログラムを導入し、チャットのボタンや招待画面などのA/Bテストを行って、何がサイト訪問者に好まれるかを調査しました。この結果に基づき、一番優れたチャット招待画面を決定し、全サイトで採用したところ、最初の週で招待率は10%から17%に増加し、チャット数も週4000だったのが6000件を超えるようになりました。

ライブパーソンのプラットフォームの導入により、コストの削減と顧客満足度の向上に成功した同社は、セルフヘルプのポータルページなど、ウェブサイトの他のエリアにもチャットサービスを拡大することになりました。

## 結果

### サポートコストの削減:

1チャットあたりのコストは、電話の約半分

### 初回解決率の向上:

出口アンケートによると、チャットの初回問題解決率は90%を達成

### 申込み完了の増加:

チャットを行ったサイト訪問者のコンバージョン率27.5%は、行わなかった場合の約2倍

### 顧客のフィードバック:

66%が出口アンケートに回答

### 顧客満足度の向上:

顧客満足度は93%

### オペレーター稼働率の向上:

チャット担当者は平均して1時間あたり20人に対応可能(電話は1時間あたり10人)

## 顧客のフィードバックの抜粋

「待ち時間が長い電話と比べ、チャットは対応が非常に早い。」

「電話は長く待たされるけれど、チャットは便利。」

「質問があったときに自動的にチャット画面が現れたのが良かった。前と比べウェブサイトは便利になって、お客さんはみんな感謝すると思います。」

「このサービスは素晴らしい。時間の節約になるし、チャット担当者の説明も分かりやすく親切。」

「チャットですぐにサポートを受けられるのが良い。ログインで困っていたときに画面が現れたのは完璧だった。チャットで問い合わせようと思いつかなかった。電話をかけていたら、長く待つはめになっただろう。」