

CAS の説明 – JA TEMP

顧客忠誠度スコア(CAS)プログラムの概要(一般用語および顧客フィードバックの収集方法を含む)

CASとは?

当社CASプログラムの背後にある詳細

CASとあなた: 顧客体験

要約

CASとは？

DB Dawid Boniśniak



CASとは？

顧客忠誠度スコア(またはCAS)は当社の顧客調査プログラムの主要指標です。CASは、サーモフィッシャーサイエンティフィックで顧客の期待に対する当社の実績を評価するために用いられる唯一の全社的な指標です。

CASは、Fred Reichheld(Bain & Company)が開発した**ネットプロモータースコア**方法論に基づいており、顧客ロイヤルティと顧客満足度を測る指標として世界的に認められています。CASによって顧客の成功例と問題点を明らかにすることができるうえ、顧客体験を向上させるためのアクションを促進させることができます。

CASとは何を意味しますか？ —

顧客忠誠度スコア

CASは何を評価しますか？ —

顧客満足度と顧客ロイヤルティ

CASデータで何を行いますか？ —

顧客体験を向上させる機会を特定する

続行



当社の顧客にアンケート調査を行う5つの理由

- 1 顧客の声に耳を傾け、関心を持っていることを顧客に伝えるため
- 2 非常に優れた顧客体験をもたらす社員を特定し、認識するため
- 3 顧客にとって最も重要なことや、現在の当社の実績状況を見通せるようにするため
- 4 リソースと投資に重点を置くべき分野を知るため
- 5 顧客体験を向上させる機会を得ることで、当社を強くし、成長させるため

続行



「推奨度」に関する質問

さまざまなやり取り(タッチポイントやトランザクションと呼ばれることがある)を行った後、会社全体に顧客フィードバックをお願いしています。各アンケートではその特定のやり取りに関していくつか質問しますが、すべてのアンケートには次の質問が含まれます：

「あなたが当社を友人や同僚に薦める可能性はどのくらいですか？0～10でお答えください。」

この質問は「推奨度」に関する質問として知られており、CASはこの質問に対する回答に基づいて算出されます。

続行





ご存知ですか？CASの増加 = 成長

調査では、ある企業のスコアの増加とその企業の成長の間には相関関係があることを示しています。たとえば、顧客は良い体験をすると、悪い体験をした場合と比べて、追加購入する可能性が3.5倍高くなります。

続行

回答者の分類

「推奨度」に関する質問の回答に基づき、アンケートの回答者は次の3つのグループに分類されます：

推奨者

スコア9～10

忠実で熱心な顧客で、一定の企業から購入し、友人や同僚にも同じように購入を勧める可能性が高い

中立者

スコア7～8

満足はしているが熱心ではなく、競合他社になびきやすい顧客

スコア0～6

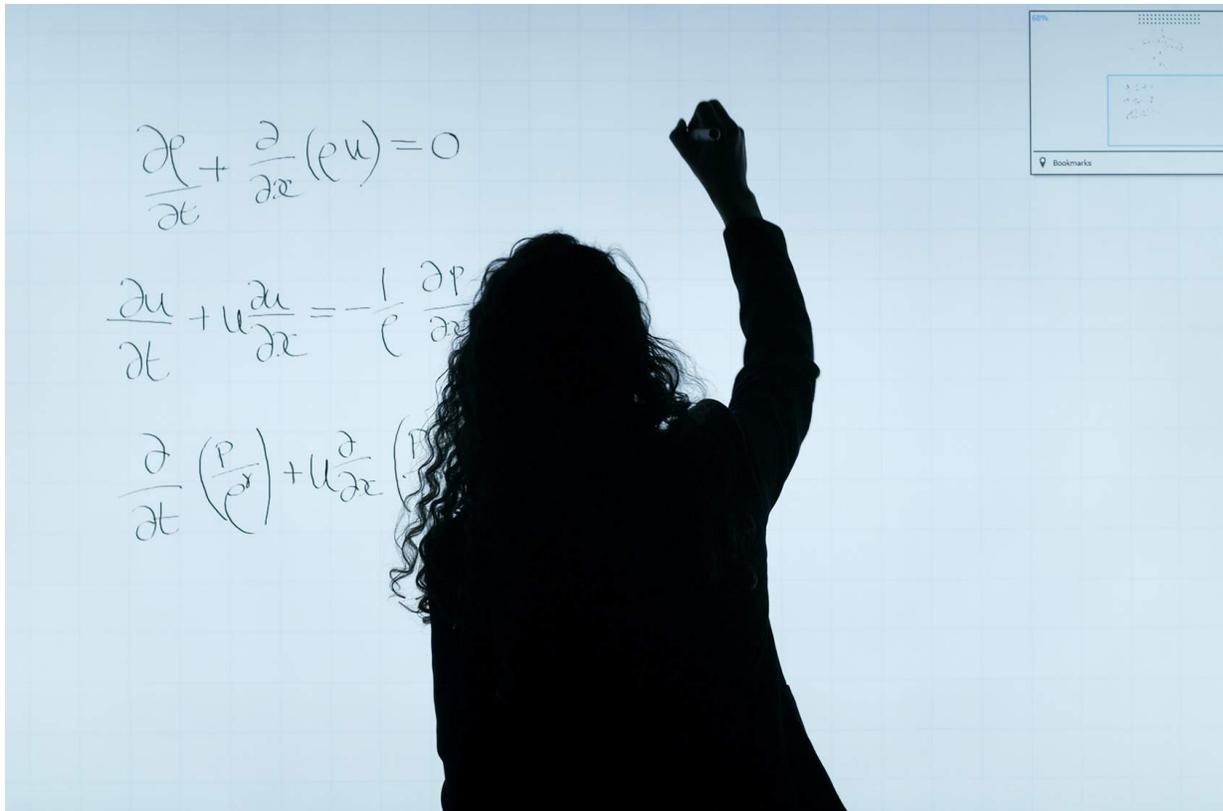
批判者

不満を抱える顧客で、ネガティブな体験を口コミする可能性が高い

続行

推奨者は成長の原動力となる: 推奨者は、より多くの金額を当社に費やし、当社を友人や同僚に薦めてくれるため、顧客ベースの増加に繋がります！

続行



CASの計算方法は？

CAS = 推奨者の% - 批判者の%

続行



DID YOU
KNOW?



ご存知ですか？現在のCAS

当社の実績状況を確認したい場合は、CAS年間目標と現在のiConnectスコアをチェックします。

[iConnect> Our Functions> Customer Allegiance> Learn about CAS \(iConnect> 部門> 顧客忠誠度> CASの詳細\)](#)

続行



ナレッジチェック

CASは以下を意味します:

- 消費者忠誠度調査
- 顧客忠誠度スコア

SUBMIT

ある組織では、推奨者が75%、中立者が10%、批判者が15%となっています。この組織の顧客忠誠度スコアは何ですか？

50

60

SUBMIT

「究極の質問」に対する回答に基づき、顧客を3つのグループに分類します。各顧客タイプと下記の内容を一致させます：

≡ 推奨者

スコア9～10 - 「忠実で熱心な顧客」

≡ 中立者

スコア7～8 - 「満足はしているが熱心ではない顧客」

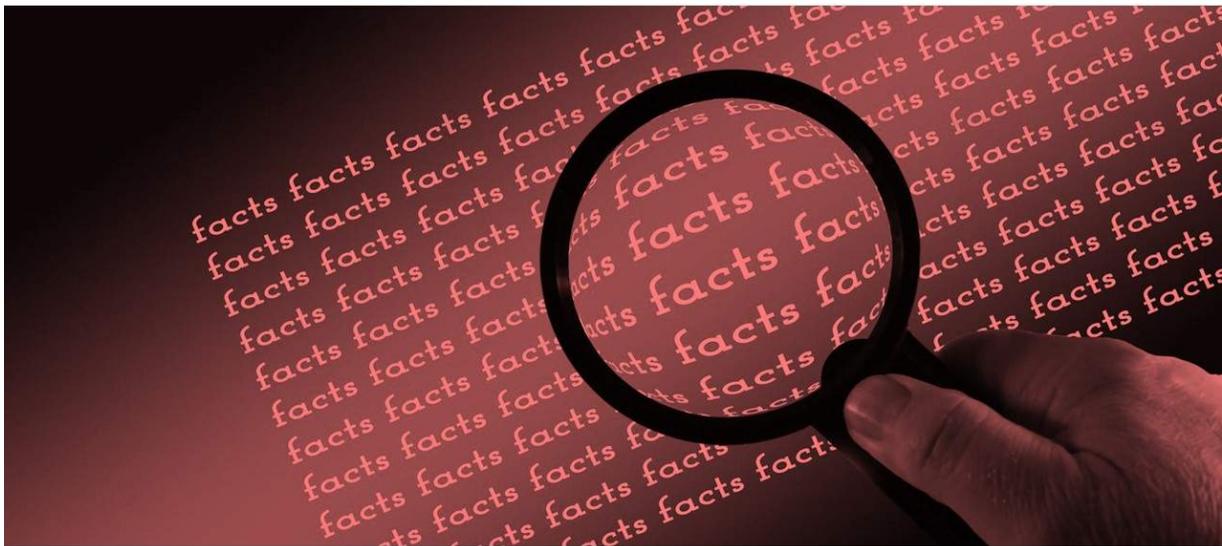
≡ 批判者

スコア0~6 - 「不満を抱える顧客」

SUBMIT

当社CASプログラムの背後にある詳細

DB Dawid Boniśniak



CASアンケート調査のファストファクト

1

アンケートは顧客とのやり取り直後にメールで送信されます

2

通常、顧客がアンケートを完了するのに2~3分かかります

3

アンケート調査には質問が約10問含まれています(「推奨度」に関する質問を含む)

4

回答を素早く確認し、アクションを取ることができます

続行

アンケートのプロセスを一通り確認します

ステップ 1

ステップ1 - 体験



顧客はサーモフィッシャーサイエンティフィックとやり取りを行います。

ステップ 2

ステップ2 - アンケートの送信



やり取り直後にアンケートを顧客に送信します。

ステップ 3

ステップ3 - アンケートの完了



顧客は、特定のやり取りに焦点を合わせた標準の質問(推奨度に関する質問を含む)に回答します。

ステップ 4

ステップ4 - 顧客フィードバックのレビュー



結果をレビューし、同僚と共有します。マネージャーは必要に応じて顧客に対応します。

ステップ 5

ステップ5 - アクションを取る



分析を行い、プロジェクトを特定して顧客体験を向上させるために使用します。

続行

アンケートをより詳しく調べる

顧客が回答するアンケートの種類(販売、製品、テクニカルサポートなど)によっては、やり取りに関する以下のようさまざまな側面について満足度を評価してもらうよう顧客に求めることがあります：

- リクエストを完了するためにかかった時間。
- 製品の特性と機能性。
- 担当者のプロ意識と礼儀正しさ。

続行



iConnect

Thermo Fisher Scientific

ご存知ですか？ 顧客調査

当社の顧客に送信する実際のCASアンケート調査を確認したいと思ったことはありませんか？ここにあるテスト用リンクから、どの顧客調査も閲覧・回答することができます：

[iConnect > Our Functions > Customer Allegiance > Learn about CAS > CAS Survey](#)

[Program \(iConnect > 部門 > 顧客忠誠度 > CASの詳細 > CASアンケート調査プログラム\)](#)

あなたのスコアは当社の企業スコアに反映されることはありませんので、アンケートは何回でも実施できます！

続行

CASに関する話し合い

当社の目標は**偏りのない**顧客フィードバックを受け取ることです。そのため、顧客とアンケート調査について事前に話し合うことのないよう当社の社員に促しています。アンケート調査プログラムについて顧客より問い合わせを受けた際は、当社のCASプログラムの整合性を維持するため、コミュニケーションに関する特定のガイドラインにしたがう必要があります。

- 具体的なスコアを顧客に直接尋ねることは決してしないでください。

- スコアの計算方法など、CAS方法論を説明することは避けてください。
- 尋ねられた場合は、改善すべき分野の特定に役立つために顧客フィードバックを使用することを顧客に伝えても構いません。

続行



CAS Customer Communications and Rules of Engagement

Introduction

The CAS (NPS) process was developed by Fred Reichheld (Bain & Company) after many years of research. It has been rapidly increasing in adoption and currently 25% of all Fortune 2000 companies use it as their main metric. (For more information go to www.theultimatequestion.com).

Our goal is to provide a consistent experience to our customers. The CAS score allows us to see where everyone is in the journey. Another benefit of establishing NPS as a business standard is that we can benchmark our scores against our competitors – or other best in class companies. We have received many requests to change the scoring methodology from well-intentioned employees. While many employees may not like or understand the scoring, there are very good reasons for maintaining the standard methodology.

- There is about a 2% error rate in all surveys, no matter how well constructed. Humans are prone to error. They read the questions wrong, take surveys too fast or are otherwise distracted and don't always score the way they intended. Trying to remove these surveys from the total, or changing the survey every time a customer tells us they didn't intend to score the way they did, will not remove the error rate. The scoring is not perfect but it is representative of an accurate customer perception of our service.
- If you make an effort to understand the methodology and the research behind it, you will find that there are good reasons for what things are done the way they are. For example, while most people would argue a "6" is not a bad score, the research shows that the majority of customers who score this way, are very unlikely to recommend a company to a friend or colleague.
- If we make changes we can no longer compare our scores to other companies and/or competitors.

Communications Criteria

To ensure we spend our resources and money on the most important customer improvements, we must have unbiased customer feedback. We know that in some cases employees have been explaining the scoring methodology to customers (e.g., that a score of 9 or 10 is a promoter, etc.) or directly asking customers to increase their scores. To ensure that everyone understands what is and what is not acceptable behavior in discussing our CAS surveys with customers directly, the following criteria and guidelines are provided.

ご存知ですか？CASゲームポリシー

CASゲームポリシーと呼ばれる公式なポリシーと要点をiConnectで確認できます。そこでは、アンケート調査に関して当社の社員が顧客に対して伝えるべきことと伝えるべきではないことの手引を提供しています

[iConnect> Our Functions> Customer Allegiance> Learn About CAS> CAS Gaming Policy](#)([iConnect> 部門> 顧客忠誠度> CASの詳細> CASゲームポリシー](#))

続行

ナレッジチェック

「推奨度」に関する質問(当社を友人や同僚に薦めますか?) **のみ**が当社のCASアンケート調査で尋ねる質問となります。

- 正解
- 間違い

SUBMIT

通常、顧客がCASアンケートを完了するのに10～15分かかります

正解

間違い

SUBMIT

CASゲームポリシーでは、アンケート調査に関して顧客に対して伝えるべきことと伝えるべきではないことを社員に説明しています。

正解

間違い

SUBMIT

CASとあなた:顧客体験

DB Dawid Boniśniak



スコアの先に目を向ける

当社はサービス提供者として、顧客に喜びと豊かさをもたらすため、常に卓越したサービスを提供することに重点を置く必要があります。当社はこれを専門知識、積極的なやり取り、サポート意欲を通じて提供しています。これが顧客体験の裏にあるスピリッツです！

続行

当社の2030年のビジョンは顧客中心の文化を築き上げることで、独自のバリュープロポジションと持続的な競争優位性を提供します。当社はこれを、優れた顧客体験の提供、当社の文化と差別化された能力による顧客成功例を可能にすることで実現しています。

続行

推奨者を生み出すことに全員で貢献します！

営業から工場、カスタマーサービスまで、財務・経理から人事までなど、私たち一人ひとりにはCASと顧客ロイヤルティに影響をおよぼす力があります。



顧客への対応

顧客には私たちの専門知識、努力、前向きな姿勢が見えていますか？



製品および製造
顧客を念頭に置いて製品を製造
していますか？



事務管理部門
内部顧客をどのようにサポート
していますか？

続行

推奨者はより頻繁に当社から購入し、友人や同僚に当社を薦めてくれます。

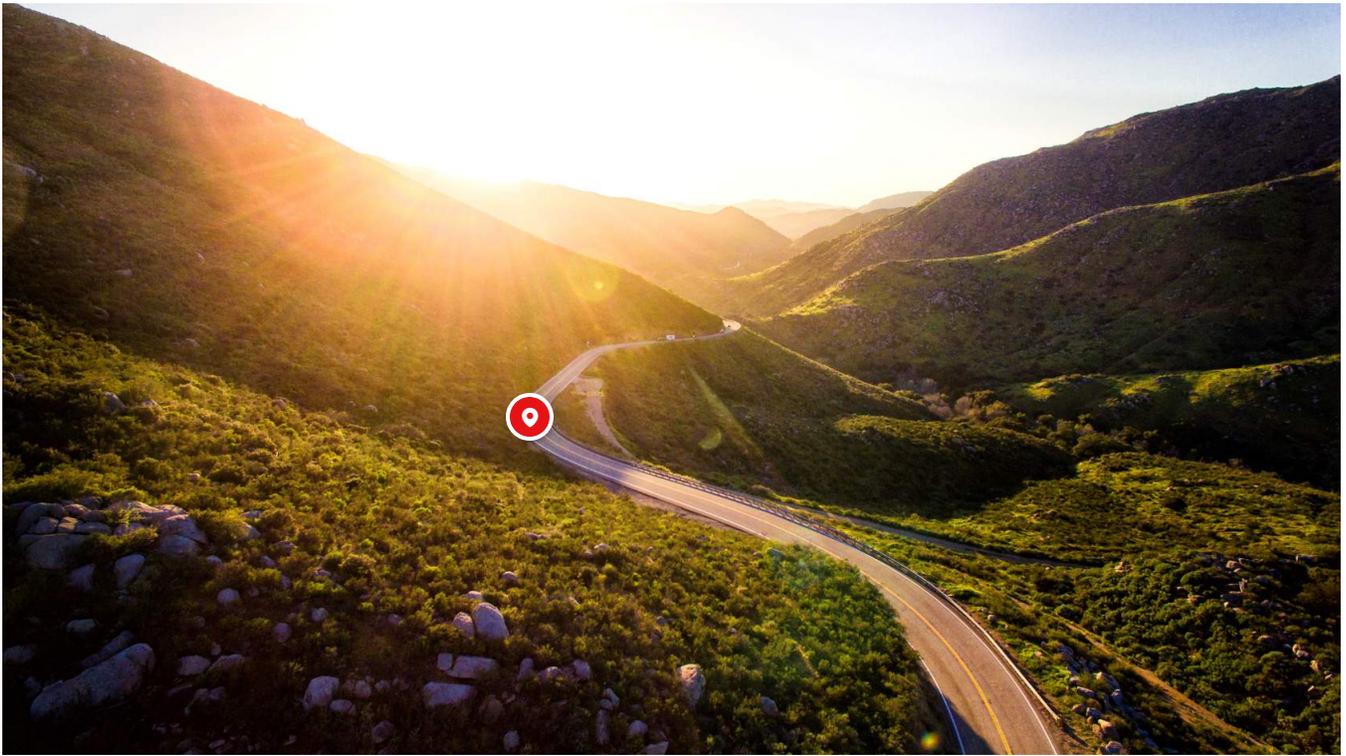
続行

あなたはどのように違いをもたらすことができますか？

顧客ロイヤルティは継続して向上しており、当社との各やり取りは顧客ロイヤルティに良い影響を与えることもできれば、悪い影響を与えることもできます。あなたは自分が提供するサービスによって変化をもたらすことができます。

顧客ジャーニーのさまざまな段階で推奨者を生み出すために、あなたができる可能性のあるアクションをいくつか見てみましょう。

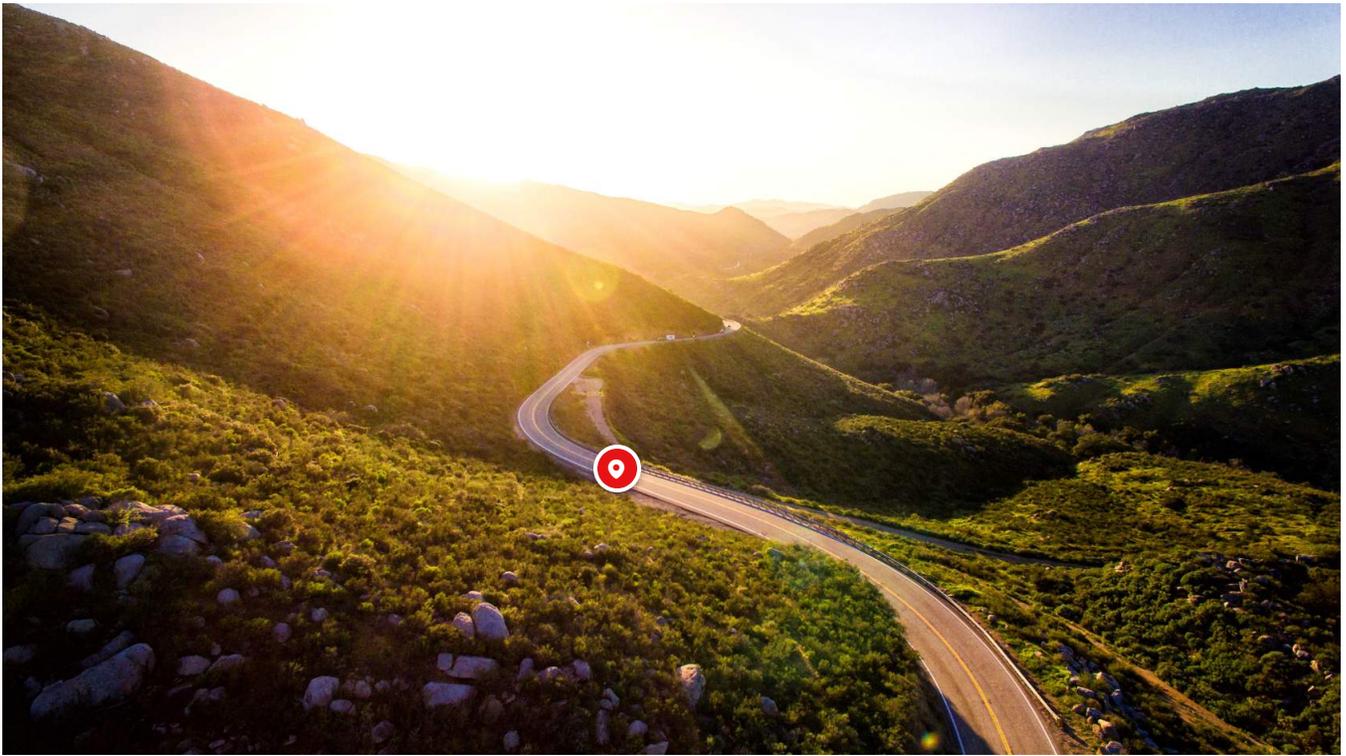




顧客が購入に関心を示したとき

私たちが取るアクション:

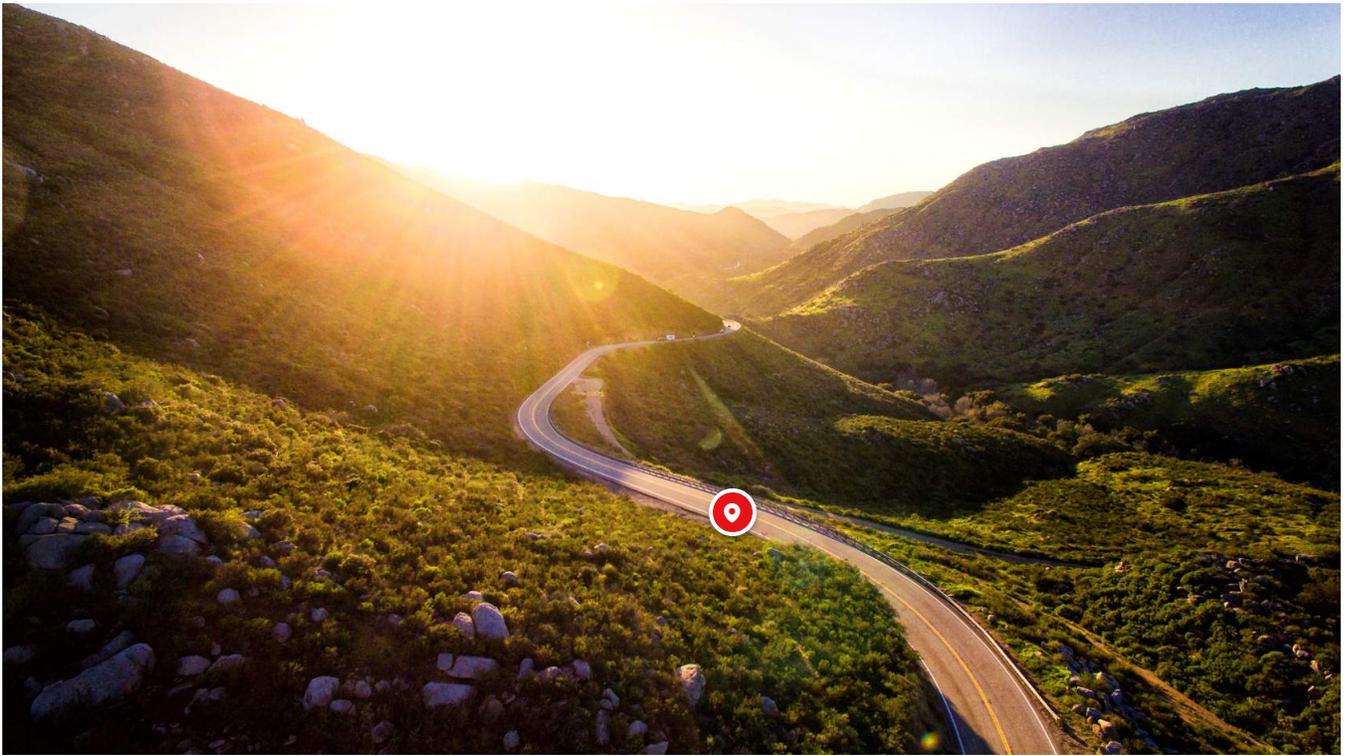
- 質問には徹底的に回答する
- 辛抱強く行う
- 顧客の利益を最優先に考える



顧客が購入を決定するとき

私たちが取るアクション:

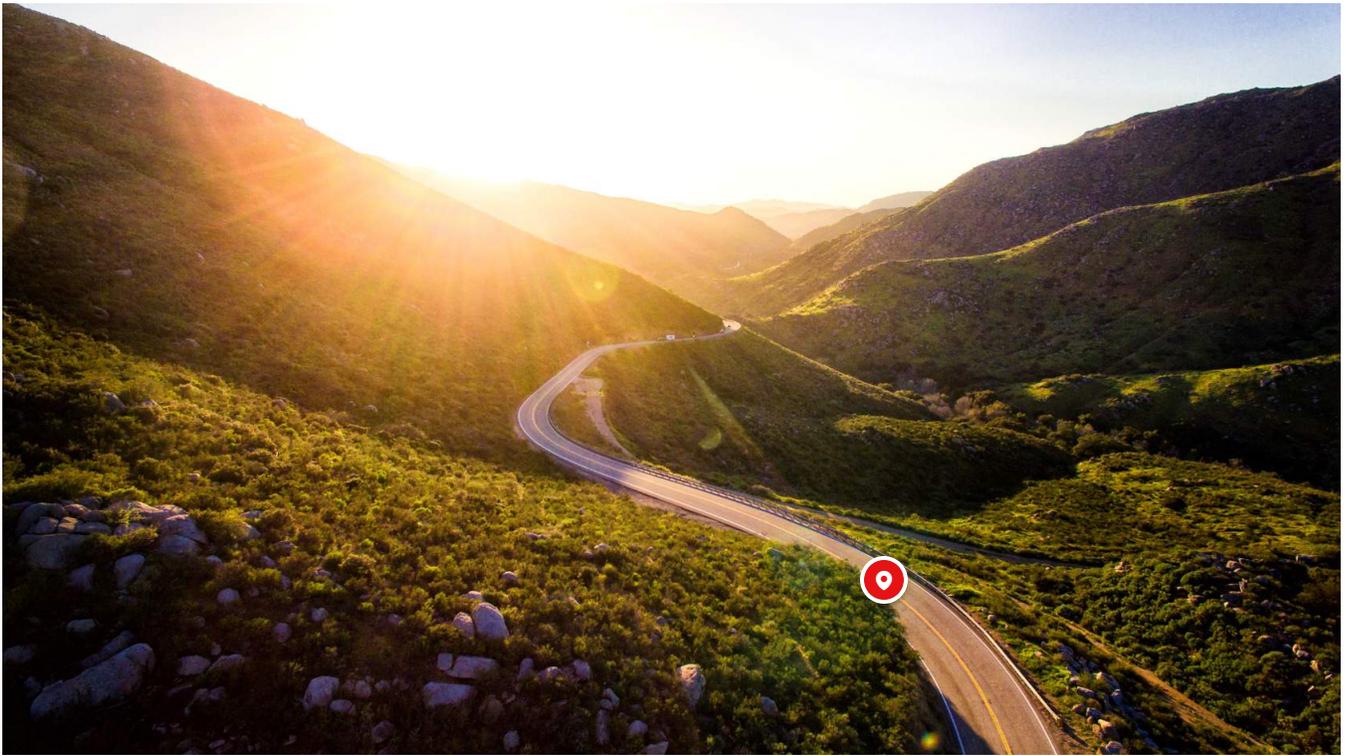
- 効率的に行う
- 正確さを確保する
- 適切に予測する



顧客からの受注処理時

私たちが取るアクション:

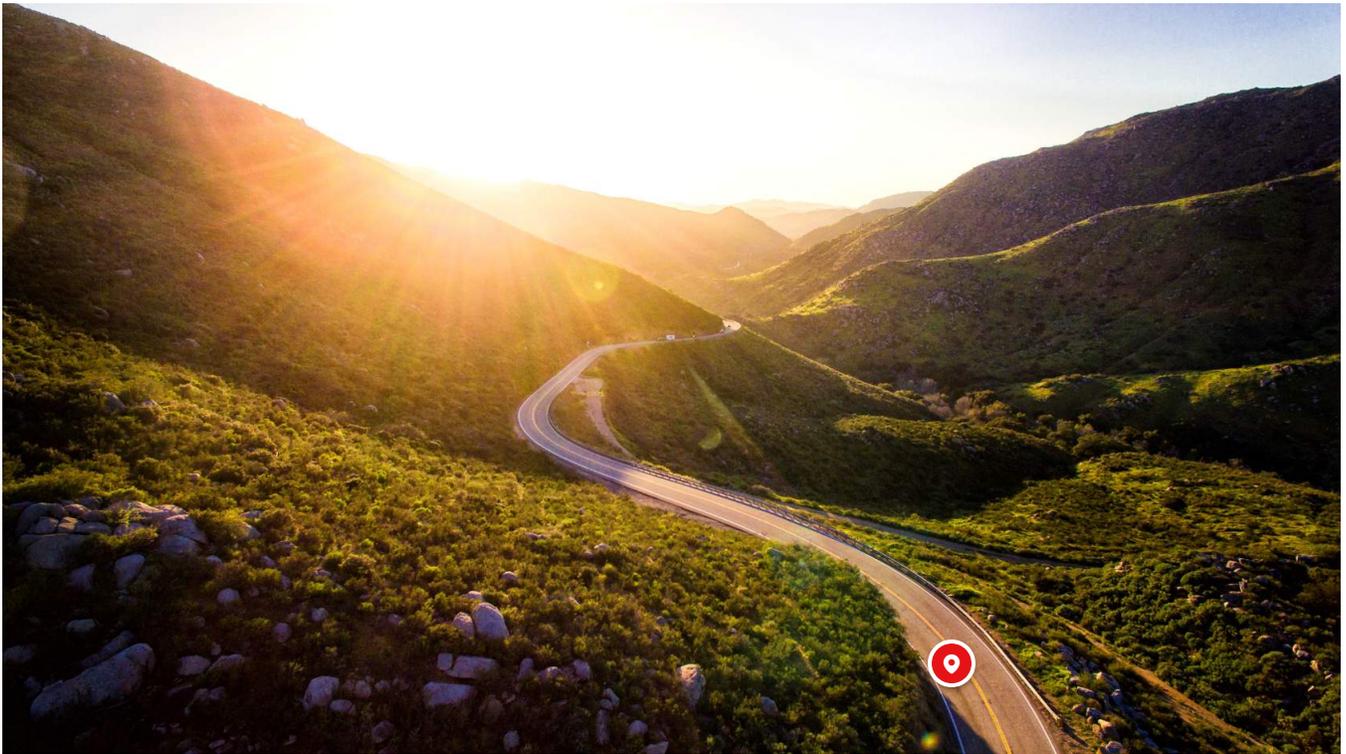
- 顧客からの注文が完了していることを確認する
- 注文品を適切に包装する
- 注文品を正しい住所に送る



顧客からサポートを求められたとき

私たちが取るアクション:

- 辛抱強く行う
- 質問する
- 顧客の話を最後までよく聞く
- 共感を示す
- 当社との取引に関して顧客に感謝する



製品サポートの終了時

私たちが取るアクション:

- サービスと販売に関するオプションを説明する
- 予定は正確に提示する
- 顧客のニーズについて質問する

続行

取り組みましょう！

これが取り組み方です！

- 顧客体験を向上させるために自分ができることをマネージャーに相談する

- 実践的プロセス改善／PPIチームに参加する
- 顧客忠誠度に関するパフォーマンス管理・育成／PMDの目標を設定する
- 顧客にとってやりやすい方法やより合理化された方法を思い付くよう意欲を出す
- トレーニングと自己啓発を通してスキルを磨く

続行

ナレッジチェック

推奨者はトランザクションごとに___を費やし、友人や同僚に当社を薦めてくれます。

- より多い
- より少ない

SUBMIT

顧客対応をしている同僚のみが、CASに影響をおよぼします。

- 正解
- 間違い

SUBMIT

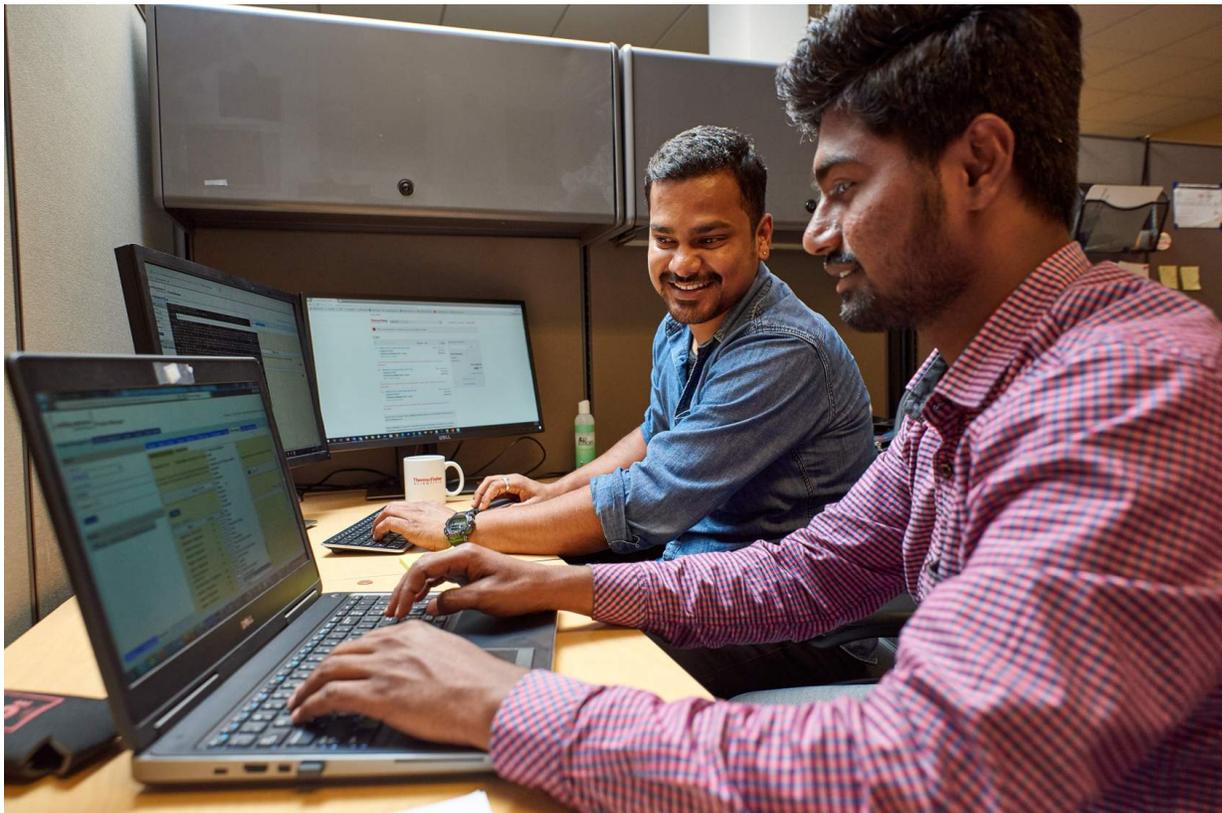
CASを向上させる最善の方法は、優れた顧客体験の提供に重点を置くことです。

- 正解
- 間違い

SUBMIT

要約

DB Dawid Boniśniak



要点の確認

- CASは顧客忠誠度スコアを意味します
- CASは次の簡単な方程式で計算します: $CAS = \text{推奨者の\%} - \text{批判者の\%}$

- 顧客調査プログラムでは、顧客が販売、製品、サービスなど、当社とのさまざまな取引を行う際に、顧客からのフィードバックをただちに収集します
- 推奨者はより多くの金額を当社に費やし、友人や同僚に当社を薦めてくれます
- 当社の収益と成長は、推奨者を生み出し育成することで向上できます
- 全員が顧客体験に影響をおよぼす役割を担っています。当社の成功へのカギはあなたの取り組みにあります！

詳しい情報に関心がありますか？

このリンクをチェックしてください！

コースで提供されるリンク	顧客体験トレーニング	外部情報源
<p>現在のCAS CASゲームポリシー CASアンケート調査プログラム - アンケートに挑戦してみてください！</p>		

コースで提供されるリンク	顧客体験トレーニング	外部情報源
<p>iConnectでは、個人が顧客体験を向上させることができるよう、就職支援、eラーニング、マイクロラーニングを利用できます。</p> <p>iConnect > Functions > Customer Allegiance > Customer Experience Training(iConnect > 部門 > 顧客忠誠度 > 顧客体験トレーニング)</p>		

コースで提供されるリンク

顧客体験トレーニング

外部情報源

Mメダリアリソースライブラリ

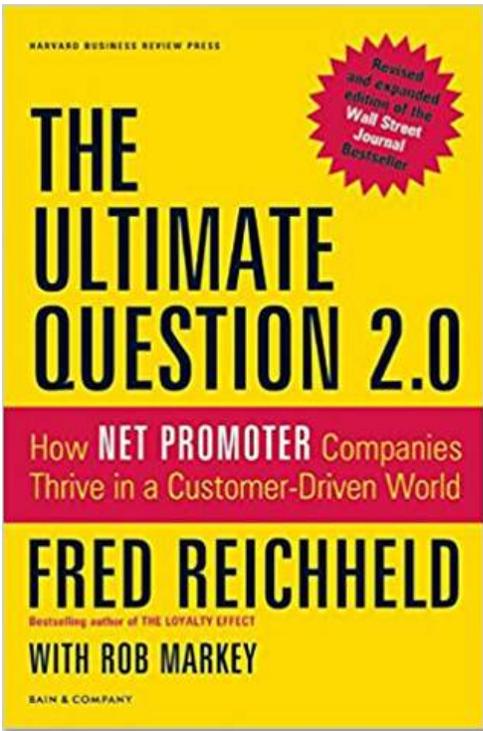
[ネットプロモーターシステム \(https://www.netpromotersystem.com\)](https://www.netpromotersystem.com) に詳しくなります

Apple PodcastやStitcherから、Rob Markey主催のネットプロモーターポッドキャストに登録します。

[このリンクを閲覧してネットプロモーターシステムについて理解してください:](https://www.netpromotersystem.com/insights/understanding-the-net-promoter-system-nps-video/)

<https://www.netpromotersystem.com/insights/understanding-the-net-promoter-system-nps-video/>

書籍: The Ultimate Question 2.0、Fred Reichheld著、Rob Markey著



ありがとうございました！