

Busey銀行



NPS®を活用したカスタマーエクスペリエンスの向上

Busey 銀行はイリノイ州シャンペーンに本社があり、イリノイ州とフロリダ州全域でリテール、住宅ローン、資産管理、企業向け融資、資金決済管理の5つの事業を展開しています。

1. Busey銀行の挑戦

お客様との大切な約束を守り続けているか

Busey 銀行は、地方銀行として地域に根づいた145年以上の歴史を持ち、質の高い顧客サービスを一貫して提供してきました。顧客は、行員たちが自分の名前を憶えており、その時々に必要なサービスが何なのかを理解していることを期待しています。同行は昔から続く「Buseyの約束」という指針を通して、銀行のコアバリューを顧客、社員、地域、そして株主といった主要な関係者に伝えています。

«Buseyの約束»

- お客様に正確な情報を提供する
- お客様の口座を誠実に扱う
- すべてのお客様を大切なゲストとして扱う
- お客様の問題にはすぐ対応する
- お客様の視点から会社を運営する
- リーダーシップとボランティアの精神をもって強いコミュニティをつくる

この「Buseyの約束」を継続する上で、「誠実さ」と「サービス」は非常に重要なものでしたが、顧客からの反応を測定する仕組みがなかったために、それが顧客体験へもたらす影響を測ることができませんでした。Busey 銀行は「Buseyの約束」の効果を測定するために、サトメトリックス社と提携し、ネットプロモーターを取り入れることにしました。

2. ソリューション

顧客からのフィードバックによって日々のアクションと戦略方向性を決定

顧客からフィードバックがどんどん流れてくるようになると、行員たちは、日々彼らが意思決定し動かしていることが顧客にどのような影響を与えているかについて理解できるようになり、真に顧客のために熱心にサービスを提供するようになりました。

「サトメトリックス社のNPSクラウドはとても直感的で、すぐに使うことができました。現場スタッフからマネージャー、そして幹部まで100人以上の行員がこのクラウドを使って顧客の回答を一語

一語夢中になって読んでいます。そして顧客との関係に責任を持ち、素早くアクションを起こすようになりました。行員たちは急に顧客を意識し出し、積極的に役目を果たすようになったのです。」と営業および“One Busey”マネージャーのケイトリン・ドレイク氏は説明しています。

サトメトリックス社のNPSクラウドを活用して、深刻な批判者には経営幹部がすぐにフォローアップすること、また毎週のミーティングでNPS分布をモニタリングするプロセスを確立しました。このプロセスはBusey銀行のコアバリューを強化し、組織全体でベストプラクティスを共有し、望ましい行動を促すのに役立っています。

「素晴らしい顧客体験の提供は、私たちのコアバリュー、そして『Buseyの約束』の常に中心になるものですが、これまではそれを測ることができていませんでした。NPSは私たちにとって最適なソリューションだったと思います。私たちが行動を起こすきっかけを与えてくれ、優れたカスタマーサービスをご提供するために日々努力することがまさに当行の成長につながるのだということを理解できるようになりました。」

成長戦略担当エグゼクティブ・バイス・プレジデント
エイミー・ランドルフ

同行がサトメトリックス社のNPSクラウドを用いた顧客フィードバックの取得を開始して間もなく、Buseyの伝説となったある出来事が起こりました。

あるお客様が住宅ローンの手続き時に不愉快な思いをされ、1つの口座を残してすべての口座を他の銀行に移してしまいました。このお客様が「批判者」として調査で明らかになったとき、支店長はすぐに行動を起こし、フォローアップの電話でお客様に最適な借り換えのご提案をしました。その結果、たった1回の電話で支店長は「批判者」であったこのお客様の信頼を回復し、一度は別の銀行に乗り換えられた4つの口座を復活させたのです。

3. 次のステップへ

すべての主要タッチポイントで顧客体験を向上させる

Busey銀行はカスタマーエクスペリエンスをさらに向上させるために、リレーショナル調査(*1)を継続する予定です。また今後は、顧客フィードバック取得の範囲をトランザクショナル調査(*2)にも拡張する予定です。トランザクショナル調査では下記のような形で各業務ラインの顧客タッチポイントにそれぞれ合った形で展開していきます。

- ✓ 資産管理部門では資産アドバイザーがサービスを完了した直後に顧客はどう感じているか調査を行う予定です。
- ✓ コールセンターは、顧客からのフィードバックに対して、よりの確なアクションを取るために調査を使用する予定です。
- ✓ アソシエイト行員に対しては、より良い顧客体験を創るために、お客様とのやり取りで特に改善すべきところを見つけるためにトランザクショナル調査のデータを活用していきます。

ネットプロモータープログラムを通して、Busey 銀行は素晴らしい顧客体験は現在の顧客だけではなく、世代を超え、期待を超えるものになると確信することができました。

「『Busey の約束』は顧客リテンションに素晴らしい効果があります。」とドレイク氏は説明します。「一生私たちと取引してくれる顧客の意見を聞くことに勝るものはありません。そして今では、彼らの子供たちや友人たちまでもが私たちのお客様なのです。」

(*1) サービス全体の評価や総合的な体験の評価を、顧客体験の全体的な印象、企業と顧客の関係性を測る設問にて測定。年 1 回、半年/四半期毎の頻度で実施することが多い。

(*2) 現場における評価や特定のタッチポイントにおける評価を顧客体験の特定要素、特定の取引に対する評価を測る設問にて測定。取引発生直後に実施することが多い。

* Net Promoter®、Net Promoter Score®、NPS®はサトメトリックス、ベイン・アンド・カンパニー、フレッドライクヘルドの登録商標です。



出典 : Satmetrix Systems, Inc. (<http://www.satmetrix.com/>)

本資料はNTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社がサトメトリックス社の許可を得て、翻訳、再配布を行っています。

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社は、Satmetrix Systems, Inc.との独占提携に基づき、NPSマーケティングクラウド「Satmetrix Pro」を活用した「NPS®ソリューション」を提供しています。

「NPS®ソリューション」に関するお問い合わせ

ホームページ : <http://www.nttcoms.com/service/nps/>

メールアドレス : nps@nttcoms.com

電話番号 : 03-4330-8403