

5/26 (木) 11:00~12:00

カスタマーサクセスセミナー

LTV 最大化を実現する  
テックタッチ施策を取り入れた  
カスタマーサクセスの全体像について

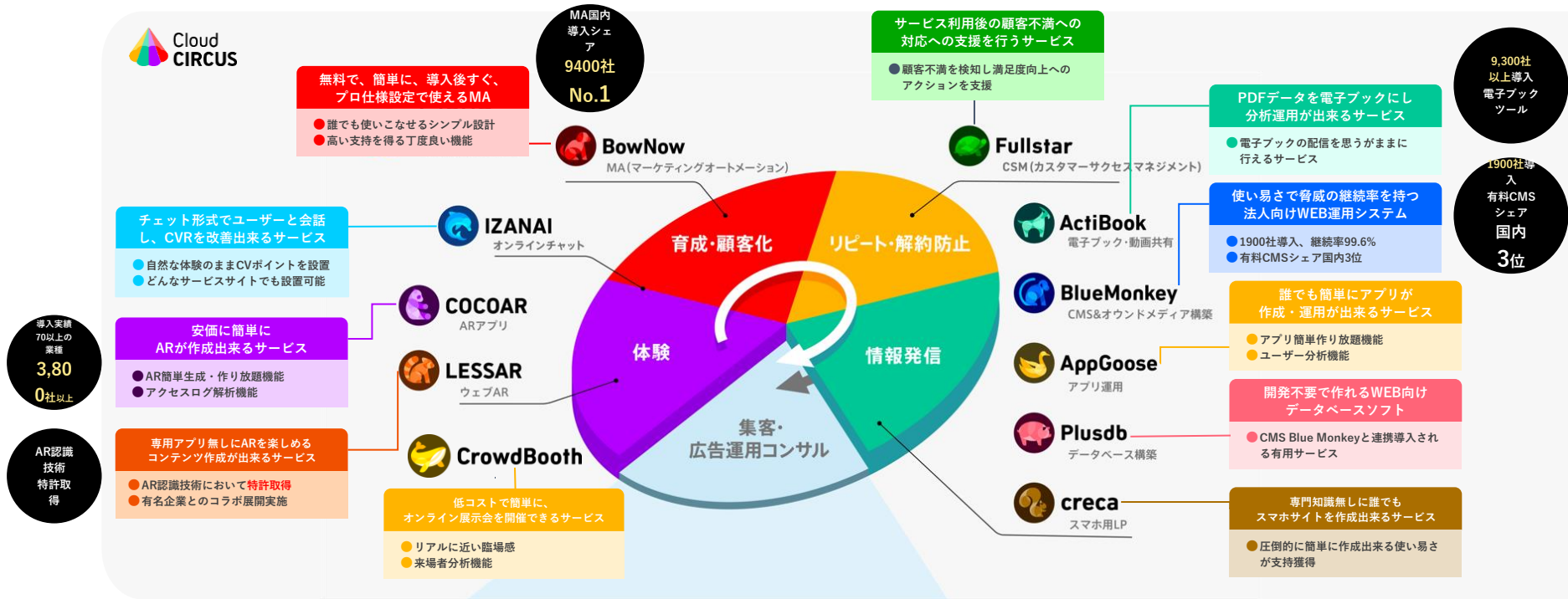


クラウドサーカス株式会社  
Fullstarプロダクトオーナー 兼 事業責任者

橋口 浩暉

# Cloud CIRCUS (クラウドサーカス) 全体像

“ 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」「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。

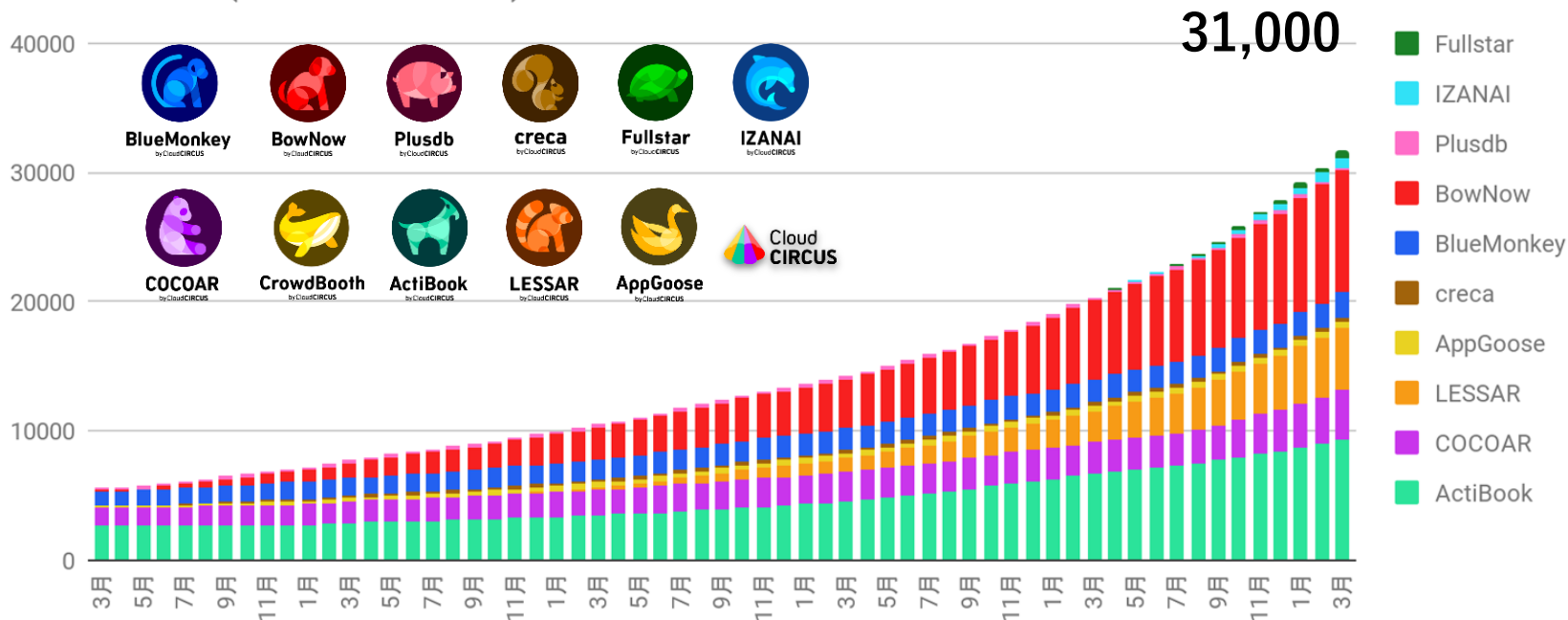


# Cloud CIRCUS製品のグロース状況



22年3月段階で**31,000導入**を突破。中小企業の支持を大きく広げて成長。

## 全プロダクト (2017.3 - 2022.3)



31,000

## クラウドサーカス株式会社（英名：Cloud CIRCUS, Inc.）

資本金	150,000千円
役員	代表取締役CEO 北村健一 代表取締役COO 金井章浩
取締役	小友 康広 日永 博久
監査役	植松 崇夫
従業員数	233名（社員171名、契約社員・スタッフ62名）※2021年7月1日時点
事業内容	デジタルマーケティングSaaS「クラウドサーカス」の開発・販売及び、 デジタルマーケティングに関するコンサルティング・受託業務
本社住所	〒163-0919 東京都新宿区西新宿2-3-1 新宿モノリス21F
支店	大阪支店・福岡支店・Iizuka Base

# 働くに樂を。

「日本は生産性が低い」と言われます。  
しかし、この国には優れたものづくりやサービス、  
そして優秀な人々がたくさん存在しています。

足りないのは「マーケティング」である。  
さまざまな現場を見てきた私たちはそう考えます。  
マーケティングによる最適化ができないから、  
正しい「利益」を生み出せない。  
結果として生産性が低くなってしまう。

だからこそ、マーケティング・オートメーションや  
エンターテインメント・テクノロジー、  
それらを「適正価格」で使えるようにすることで、  
日本のあらゆるビジネスにマーケティングを届けていきたい。

技術は「人」のためにある。その前提を私たちは追いかけます。  
テクノロジーに任せられることは任せ、  
人は「人がやるべき仕事」をやればいい。

人を樂にすること。そして、人がより楽しく働ける社会へむけて。  
私たちはサステナブルなビジネス環境を創造していきます。



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

### BtoB SaaS実績

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

### BtoC実績

- ・ 定額制コリビングサービス「HafH」立ち上げ

01.カスタマーサクセス/テックタッチとは	5min
02.テックタッチの役割と実践例	15min
03.テックタッチの種類と指標	15min
04.海外のテックタッチ状況	5min
05.Fullstarのご紹介	5min

## 01.カスタマーサクセス/テックタッチとは

02.テックタッチの役割と実践例

03.テックタッチの種類と指標

04.海外のテックタッチレポート

05.Fullstarのご紹介



### カスタマーサクセスとは

カスタマーサクセスとは、

契約や購入後の顧客に対し、**自社の製品・サービスを活用することで利益や課題解決につなげ、最終的に成功してもらうために、**  
能動的に働きかける活動、あるいはその担当部門

# カスタマーサクセスとは

	カスタマーサポート	カスタマーサクセス
使命	顧客満足度の向上	顧客の成功体験を作る
コミュニケーション	受動的	能動的
機能	操作支援（ヘルプデスク）	活用支援（オンボーディング）、アップセル・クロスセル

## カスタマーサクセスとは

オンボーディング

定期フォロー

アップセル・クロスセル

プロダクト改善

レビュー対応

ユーザー会・勉強会

コンテンツ作成

# LTV(顧客生涯価値)

ARPU (ユーザー平均単価) ÷ チャンレート (解約率)

## ONB完了率

オンボーディングの進捗を計測

## ヘルススコア

顧客が自社商材を継続利用するために必要な健康状態を判断するためのさまざまな指標

## アップセル率

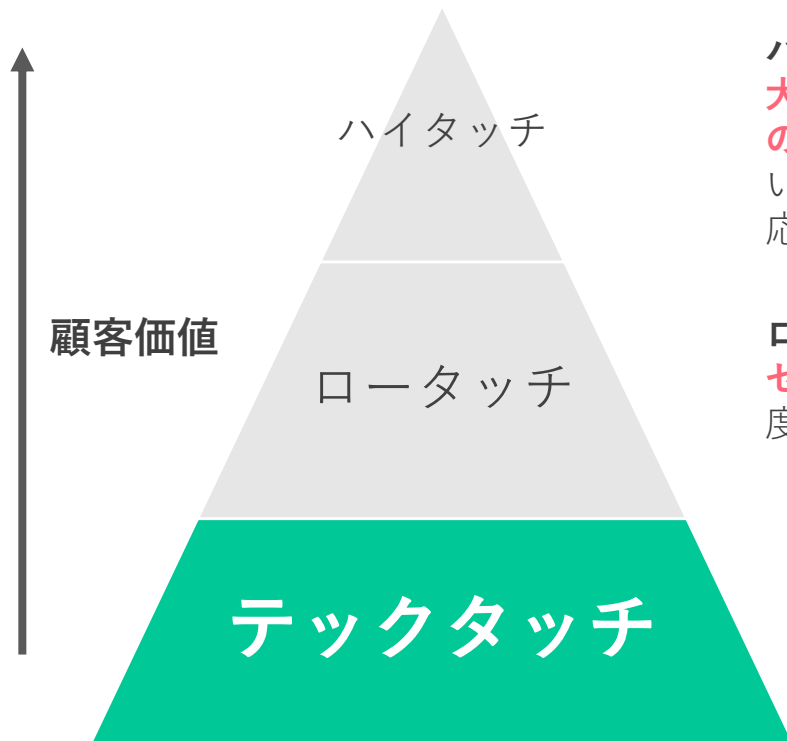
契約商材のアップグレード

## クロスセル率

既存商材の関連商材を追加契約

## NPS<sup>®</sup>

顧客ロイヤルティ指標



## ハイタッチ

大口顧客など見込めるLTVが高い顧客に加え、知名度の高い顧客など、自社にとって付き合うメリットの高い顧客に対しては、ある程度、高いコストをかけて対応すること

## ロータッチ

セミナー（ウェビナー）や勉強会の開催など、ある程度、まとまった顧客層に対して同一の対応をうこと

01.カスタマーサクセス/テックタッチとは

**02.テックタッチの役割と実践例**

03.テックタッチの種類と指標

04.海外のテックタッチレポート

05.Fullstarのご紹介

### “定型業務”のテクノロジー対応

カスタマーサクセスの業務のうち、初期設定、操作説明等の定型業務をテクノロジーで行い効率化すること。

#カスタマーチャーンレート

#ONB部分に特化したテックタッチ施策  
→チュートリアル

### “低LTV顧客”のテクノロジー対応

既存顧客のうち、LTVの低い顧客に対してテクノロジー中心にカスタマーサクセス活動を行うこと。

#レベニューチャーンレート

#網羅性に富んだテックタッチ施策→ステップメール、動画コンテンツ、FAQ、ウェビナー

# 理想的なテックタッチの始め方

## “定型業務”のテクノロジー対応

### 1 CS業務の棚卸し

CS業務の可視化

定型/非定型  
の分類分け

### 2 カスタマージャーニーに沿ったテック施策の展開

カスタマージャーニーの作成

最適な施策選定

コンテンツ作成

### 3 分析改善

改善活動

## “低LTV顧客”のテクノロジー対応

### 1 ボトルネックの特定

プロダクトアナリティクス

目標乖離と優先順位付け

### 2 カスタマージャーニーに沿ったテック施策の展開

カスタマージャーニーの作成

最適な施策選定

コンテンツ作成

### 3 分析改善

改善活動



# 理想的なテックタッチの始め方

## “定型業務”のテクノロジー対応

### 1 CS業務の棚卸し

CS業務の可視化

定型/非定型  
の分類分け

### 2 カスタマージャーニーに沿ったテック施策の展開

カスタマージャー  
ニーの作成

最適な施策選定

コンテンツ作成

### 3 分析改善

改善活動

CSリソースが主な要因でほとんど機能しない

## “低LTV顧客”のテクノロジー対応

### 1 ボトルネックの特定

プロダクトアナリテ  
ィクス

目標乖離と優先順位  
付け

### 2 カスタマージャーニーに沿ったテック施策の展開

カスタマージャー  
ニーの作成

最適な施策選定

コンテンツ作成

### 3 分析改善

改善活動

# 理想的なテックタッチの始め方

## “定型業務”のテクノロジー対応

### 1 CS業務の棚卸し

CS業務の可視化

定型/非定型  
の分類分け

### 2 カスタマージャーニーに沿ったテック施策の展開

カスタマージャー  
ニーの作成

最適な施策選定

コンテンツ作成

### 3 分析改善

改善活動

さらにBtoBだと十分なデータ量を蓄積することが困難

## “低LTV顧客”のテクノロジー対応

### 1 ボトルネックの特定

プロダクトアナリ  
ティクス

目標乖離と優先順位  
付け

### 2 カスタマージャーニーに沿ったテック施策の展開

カスタマージャー  
ニーの作成

最適な施策選定

コンテンツ作成

### 3 分析改善

改善活動



---

Cloud**CIRCUS**

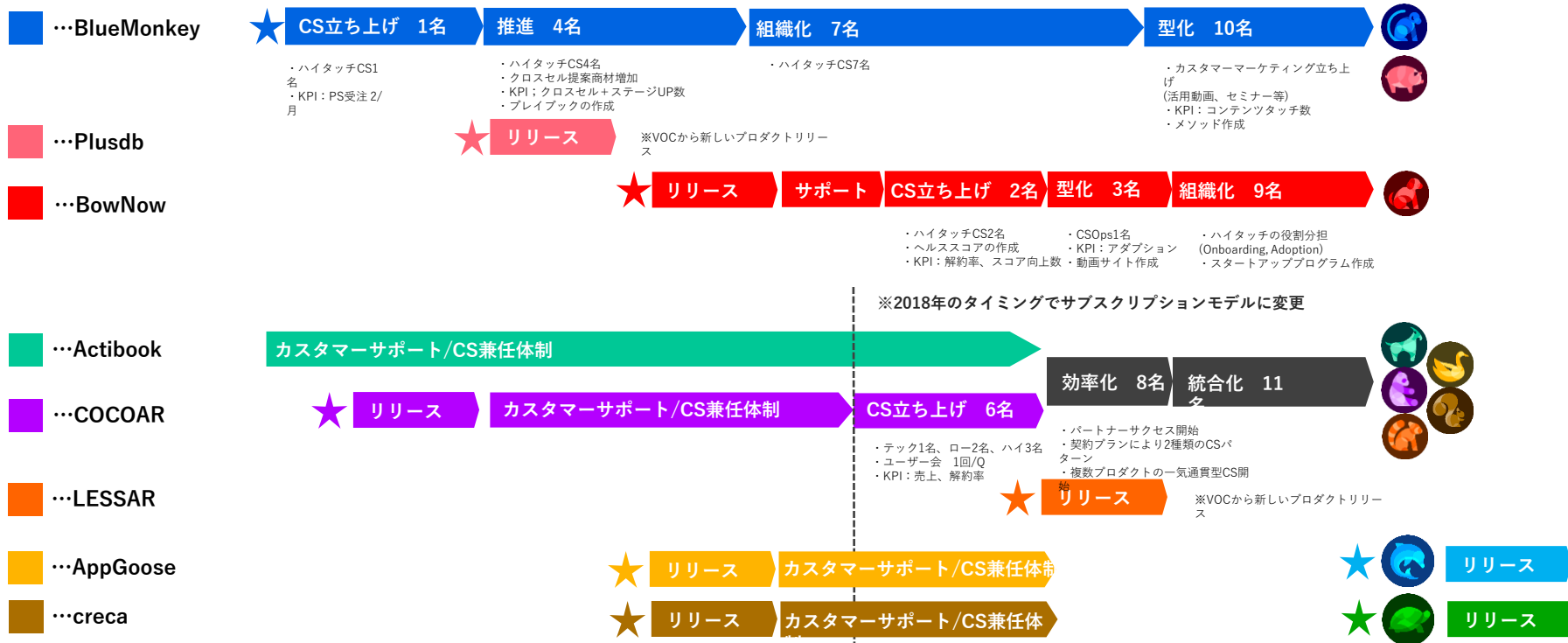
# Cloud CIRCUSの テックタッチ実践例の紹介

---

# 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

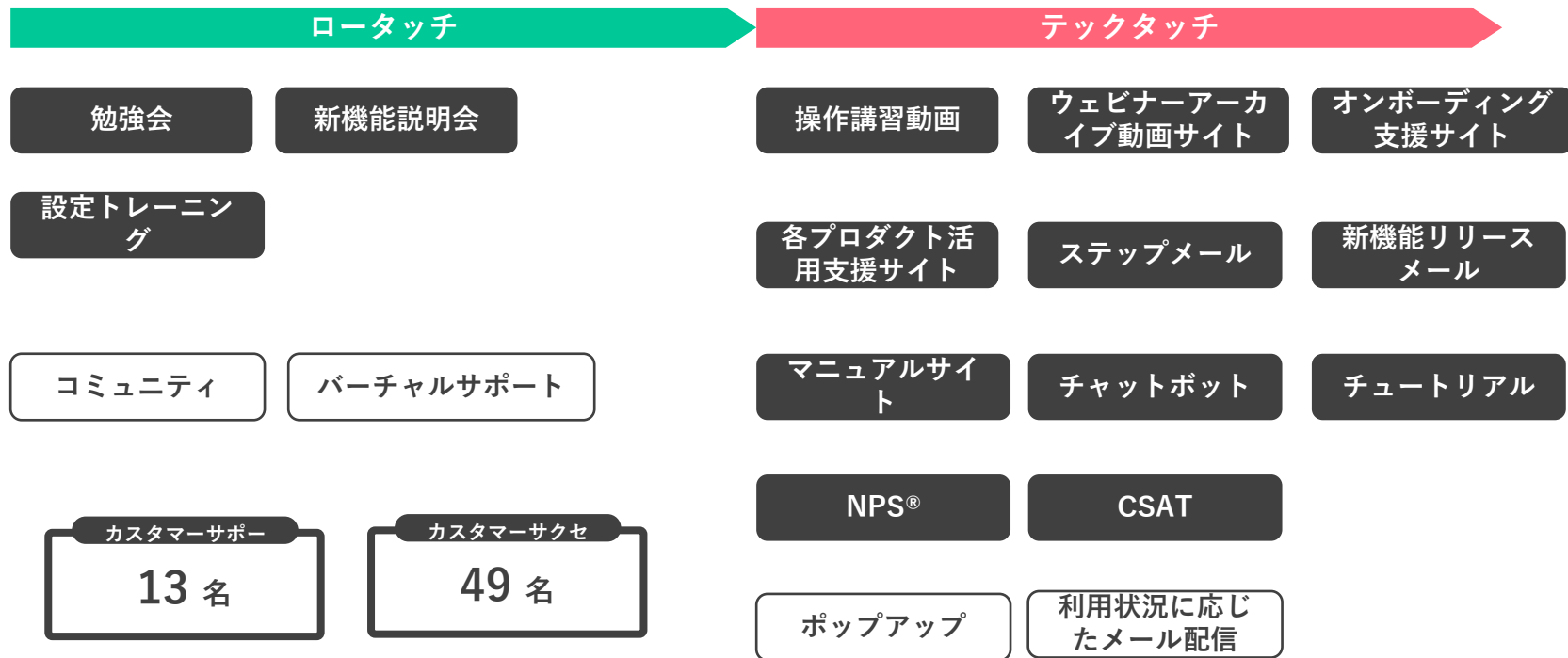
※2014年以前はカスタマーサポート部隊のみ



※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

# ロータッチ、テックタッチで展開中の施策



※上記以外にMgr8名  
※上記以外にSalesとCSM兼任が複数名  
※プロフェッショナル=プロフェッショナルサービス

● …BlueMonkey  
(サイト作成)

● …BowNow  
(MAツール)

● …ActiBook  
(動画閲覧分析)

● …IZANAI  
(チャットボット)

● …Fullstar  
(チュートリアル)



● 操作講習動画

● ウェビナーアーカイブ動画サイト

● オンボーディング支援サイト

● 各プロダクト活用支援サイト

● ステップメール

● 新機能リリースメール

● マニュアルサイト

● チャットボット

● チュートリアル

● NPS®

● CSAT

テックタッチ施策で  
お困りの方はご相談ください！

## “定型業務”のテクノロジー対応



CS業務の棚卸し後、テックコンテンツを大量に作成







## ステップメールの作成

## 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/>

## ロータッチ、ハイタッチ含めたプログラムの作成

## “低LTV顧客”のテクノロジー対応

### 1 ボトルネックの特定

プロダクトアナリティクス

目標乖離と優先順位付け

### 2 カスタマージャーニーに沿ったテック施策の展開

カスタマージャーニーの作成

最適な施策選定

コンテンツ作成

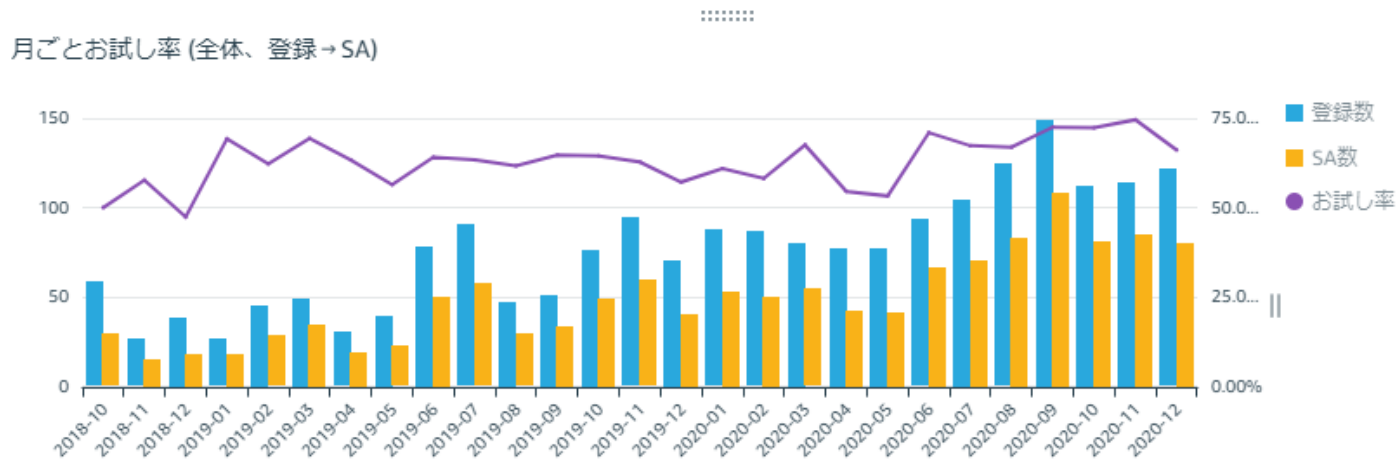
### 3 分析改善

改善活動



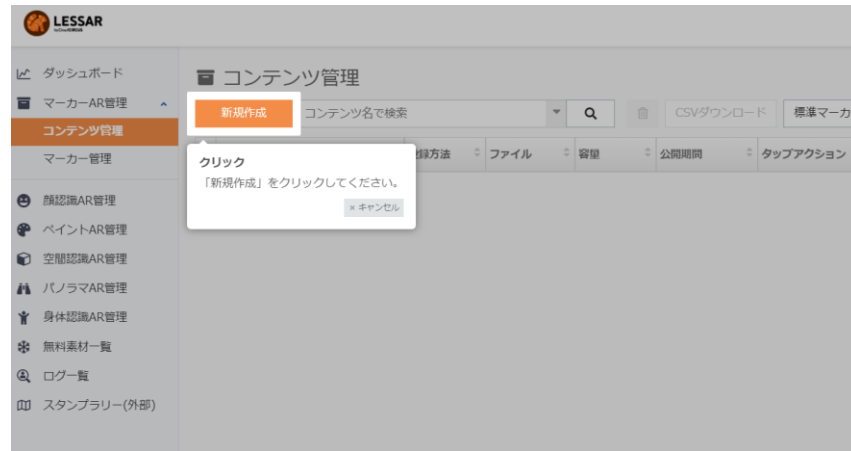
データ分析を行い、ボトルネックの特定と打ち手の展開

# Cloud CIRCUSの例



プロダクト活用データの可視化

# Cloud CIRCUSの例



## チュートリアルの構築

01.カスタマーサクセス/テックタッチとは

02.テックタッチの役割と実践例

**03.テックタッチの種類と指標**

04.海外のテックタッチレポート

05.Fullstarのご紹介



---

Cloud**CIRCUS**

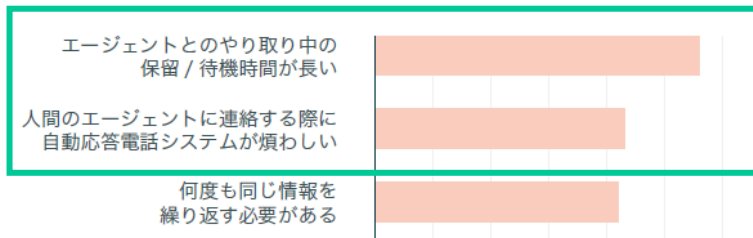
---

## テックタッチの種類

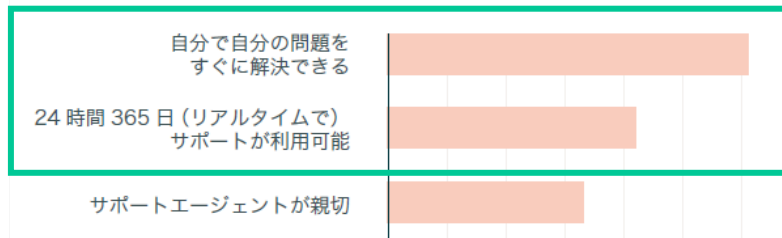
---

## テックタッチのユーザー需要

これまでに経験した悪い  
カスタマーサービスで最も不満  
だった点は何ですか？



これまでに経験し、満足できた  
カスタマーサービスで最も重要  
だった点は何ですか？



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

ユーザーはハイタッチによる支援を望んでいるわけではなく、

**テックタッチにより自己解決できるカスタマーサクセスを望んでいる**

## 操作講習動画

プロダクトの操作方法を録画した動画。

機能ごとに「何ができるのか」「どのような設定が必要か」をプロダクトの管理画面を共有しながら説明。

ユーザーが機能について詳細に確認したい時にいつでも確認できるようにアクセスしやすい場所に置いておく。



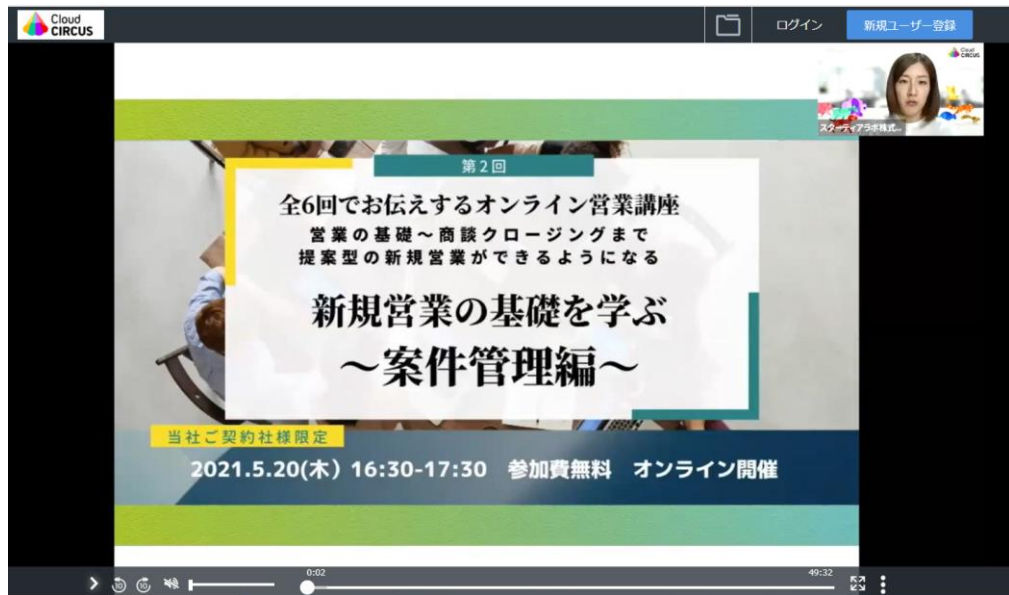


## ウェビナーアーカイブ動画

過去開催したウェビナーを録画した動画。

掲載コンテンツ用に要点をまとめた動画にできれば良いが、リソースがない場合はそのままアップロードでも可。

CSで必要なコンテンツは大量にあるので、優先順位をつけてまずは最低工数で整えられるようにする。



## マニュアルサイト

基本的な機能の詳細について記載されたサイト。

網羅的にカバーできていることが理想で、ユーザーが問い合わせすることなく、マニュアルサイトで問題解決できることを目指す。

プロダクトの新機能リリース、仕様変更の際は、開発サイドと連携し、リリースタイミングにマニュアルサイトも更新できるような体制を作る。

機能ごとにサイト化(コンテンツ化)することでCS時にURLで簡単な共有が可能になり、工数削減に繋がる。

The screenshot displays the '機能一覧' (Feature List) page of the Fullstar manual site. The page features a green header with the Fullstar logo and navigation links: 'Fullstarについて', '機能一覧', 'よくある質問', 'お知らせ一覧', and 'リリースノート'. On the right side of the header, there are buttons for 'お問い合わせ' and '管理画面へ移動'. Below the header, there is a search bar with the text 'キーワード検索' and a magnifying glass icon. The main content area is divided into four sections, each with a title and a list of sub-features:

- CS管理**: 対応リクエスト管理, タスクルール管理, タスク管理. Button: CS管理のページを見る
- ★エンゲージメント**: レビュー管理, 表示内容管理, レビューの確認. Button: エンゲージメントのページを見る
- 📄アンケート管理**: アンケート管理
- 📖チュートリアル管理**: ガイド管理, チェックリスト管理

On the right side, there is a sidebar with a search bar and a list of features: 機能一覧, CS管理, エンゲージメント, アンケート管理, チュートリアル管理, マスタ管理, and ユーザー管理.

## FAQサイト

マニュアルサイトが網羅性に長けているのに対し、FAQサイトは活用中に出てくる疑問をベースに作成するサイト。

ユーザーが躓きやすいポイントに絞って検索がしやすく、ベンダー側もマニュアルサイトよりコンテンツ量が少なく済む。

### よくある質問

よくある質問のマニュアルサイトがリリースされました。今までのよくある質問ページはリダイレクトを行っています。

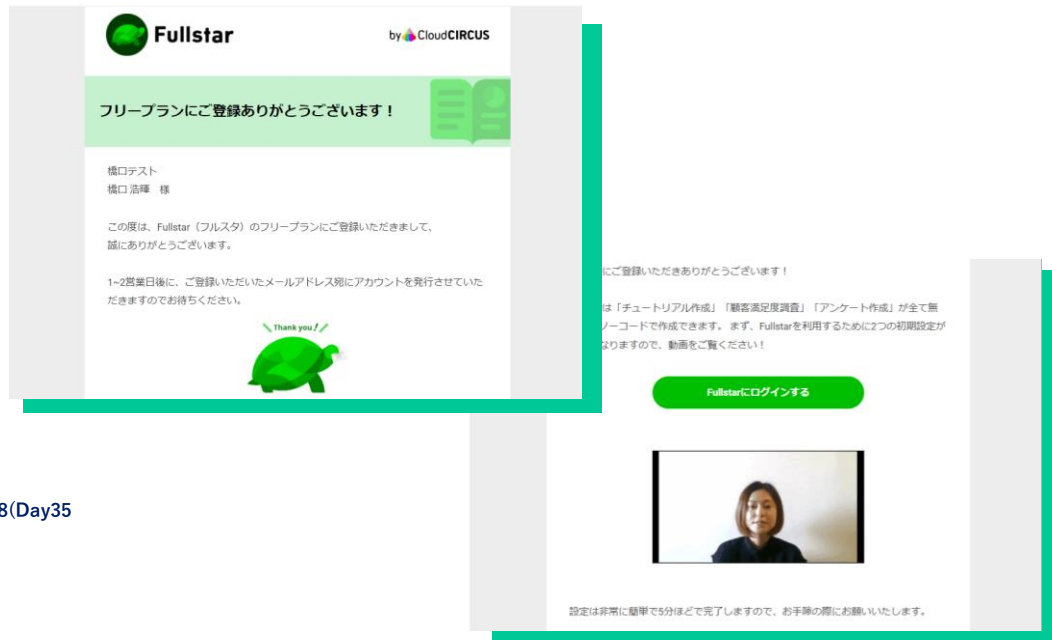
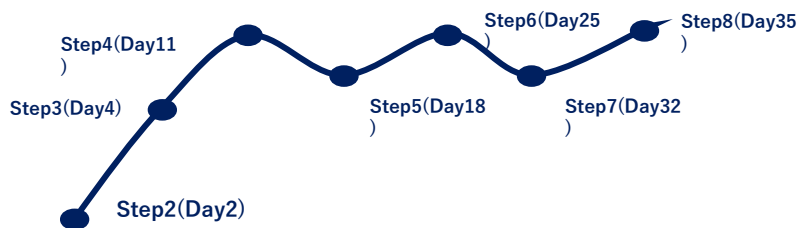
リード管理	フォーム管理	メール配信	【新】メール配信
<ul style="list-style-type: none"> <li>リードを探す、企業を探すでの氏名、企業名ソートした時の表示順</li> <li>【リード】一括登録のCSV上に表示のメールアドレスがあった場合の手動について</li> <li>【リード】終了とは</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【フォー】 統合他社・フリーアドレスの登録を除外したい、スパムが発生ドメインを削除したい</li> <li>【フォー】 自由登録メールの感度 出入名 (宛名) は設定できるのか</li> <li>【フォー】 自動送信メールに関与合わせ機能が表示されない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【メール】 【新メール】 配信時のフォントが作成時と異なる</li> <li>【旧メール】 【新メール】 配信停止されたメール配信の再実行</li> <li>【メール】 【新メール】 配信停止されたメール配信の再実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【旧メール】 テスト送信のメールがテキストメールとHTMLメールで異なる</li> <li>【旧メール】 【新メール】 配信時のフォントが作成時と異なる</li> <li>【旧メール】 【新メール】 配信停止されたメール配信の再実行</li> </ul>
企業管理	初期設定	一括登録	注意事項
<ul style="list-style-type: none"> <li>リードを探す、企業を探すでの氏名、企業名ソートした時の表示順</li> <li>企業情報の取得方法、変更方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【フォー】 フォーム送信エラーメッセージになる、企業名ページに遷移しない</li> <li>【設定】 セッションとアクションについて</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【リード】 一括登録のCSV上に表示のメールアドレスがあった場合の手動について</li> <li>【リード】 一括登録後に管理画面で文字がけする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>【初期設定】 ライセンスアカウント</li> <li>【リード】 リードがメール配信と未開封と表示される</li> <li>【ファイル】 メールにBowNow</li> </ul>



## ステップメール

サインアップ(アカウント作成、有料プラン契約)を起点に、一定間隔で送信するメール。

MAツール等を用いて、一定間隔の配信設定をしておくので、初期のコンテンツ作成工数は必要だが、一度設定をすれば定期的なメンテナンスを行うだけで、自動的にユーザーをフォローできる。



## トリガーメール

ユーザーアクション(初期設定の進捗等)を起点に、自動的に送信するメール。

プロダクトの利活用データとMAツール等を組み合わせて実装したり、開発サイドで仕組みを構築したりする。

ステップメールよりユーザーが求めている情報を提供しやすく、適切なコミュニケーション設計ができる。

設定できるツールが国内ではほとんどなく、また開発工数も大きいため、国内SaaSで実装しているケースは稀である。

Fullstar by CloudCIRCUS

CONGRATULATION!

☆☆☆☆ 25%

チュートリアルを1つ作成

NEXT 50%達成でテックタッチレポートプレゼント

{{Recipient.LastName}} {{Recipient.FirstName}} 様

チュートリアルの設定完了おめでとうございます!

活用方法のご説明(オンライン)

- 専任コンサルタントがご紹介!
- オンラインで30分間～
- 自分の好きな日程を選べる!
- その他活用のご相談も!

日程を選ぶ

引き続きFullstarのご活用をよろしくお願ひいたします。

Fullstar活用支援チーム

## リリースメール

プロダクトの新機能リリース、バージョンリリースを周知するメール。

プロダクトのアップデートは、多くのユーザーが気付けないため、メールを一斉配信し、認知を図る。

テックタッチとは別に、リリースを切望していたユーザーには個別でメールや電話で知らせることもある。



## Fullstar バージョンアップ情報

こんにちは！クラウドサーカスFullstarサポート窓口です。  
平素はFullstarをご利用いただき誠にありがとうございます。  
2022年2月7日にFullstarのバージョンアップを実施いたしますので、詳細をお知らせいたします。

### バージョンアップ内容について

**③ガイドの画像と動画の表示位置の設定方法を変更いたします。**

今までは画像と動画の表示位置は任意の場所に設定をしていましたが、バージョンアップ後は画面の左上/中央/右下といったように表示位置を選択して設定する仕様に変更します。



バージョンアップの詳細はこちら！ >

Fullstarにログインする >

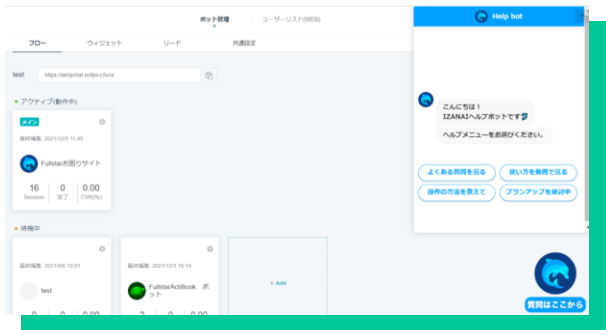
# ロータッチ、テックタッチ

## チャットボット(無人)

ユーザーの疑問に対して会話形式で最適解を自動的に表示する。

有人のチャットボットでのチケット管理もあるが、テックタッチには分類されない。

無人チャットボットは、ユーザーの躰くポイント、求めている回答を想定し、シナリオを作成することで、自動的にユーザーの疑問を解消する、



### ポップアップ

プロダクトの初回サインアップ時、また新機能のリリース時の画像。

プロダクト上で視覚的に情報を伝えることができる。

またプロダクト外へのリンク導線を設計することもできるので、開催するセミナーへの申し込みやマニュアルサイトの紹介、他商品へのクロスセルが可能。

通常のWebサイトと同様に、ポップアップが多すぎるとユーザー体験を悪くするので、適切なタイミングで出す必要がある。

(プロダクト利用頻度によるが、多くても1か月に1つ程度が良い。)

Welcome  
Tour!



各機能について簡単に紹介します！

Starlabはノーコードでチュートリアル  
の作成ができるツールです！

リンク拡張機能をインストールしてください  
(30秒で完了します)



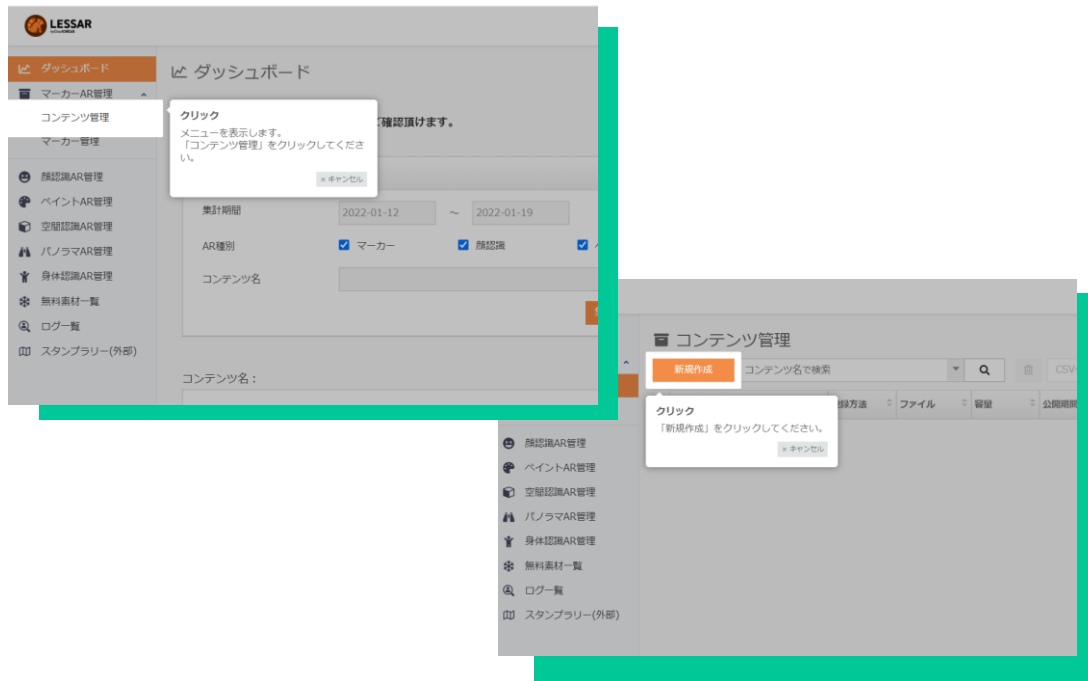


## チュートリアル

プロダクト画面上で、注目してほしい箇所をハイライト、それ以外をグレイアウト、吹き出しを用いた説明を行い、プロダクトの設定を進める。

ユーザーが画面上で説明を見ながらプロダクトの設定を行えるため、機能活用率の向上、機能定着率の向上が見込める。

インタラクティブウォークスルー、ガイドツアー、ウェルカムスクリーン、オンボーディングチェックリスト等様々な種類がある。





Cloud**CIRCUS**

## テックタッチの指標

---

## 動画閲覧ログ

### 【見るべき指標】

- どの動画がよく閲覧されているか
- 何分頃に離脱していることが多いか
- 誰が動画を閲覧しているか

### 【データの活用方法】

- 解約顧客と動画閲覧状況の相関分析
- 問い合わせ顧客と動画閲覧状況の相関分析
- 最適な動画時間の分析
- 個別顧客フォロー

コンテンツアクセスログ詳細

タイトル: Fullstar① 初期設定について(2分30秒)  
再生時間: 0:02:42  
URL: <https://saas.acibookone.com/content/detail?param=eyJhZ250ZW50TrnVhjaMTI2MTEwIn0=&detailFlg=1>

条件設定

集計期間: 2021-02-01 ~ 2022-02-20    アプリ形態: HTML5 ON, アプリ ON  
端末: PC ON, iOS ON, Android ON    設定した条件を反映

アクセス数: 72    累計閲覧時間: 0時間28分59秒

レポートのCSVダウンロード

種類	ユーザー名	停止位置	閲覧時間	閲覧開始日時	閲覧終了日時
画像		0:00:00	0:00:00	2021-12-23 17:11	2021-12-23 17:11
画像		0:02:42	0:00:00	2021-12-23 17:11	2021-12-23 17:11
画像		0:02:42	0:03:05	2021-12-23 17:00	2021-12-23 17:03
画像		0:00:00	0:00:00	2021-12-22 16:40	2021-12-22 16:40
画像		0:02:42	0:00:49	2021-12-22 16:12	2021-12-22 16:13
画像		0:02:42	0:00:01	2021-12-22 15:50	2021-12-22 15:50
画像		0:00:00	0:00:00	2021-12-22 15:32	2021-12-22 15:32

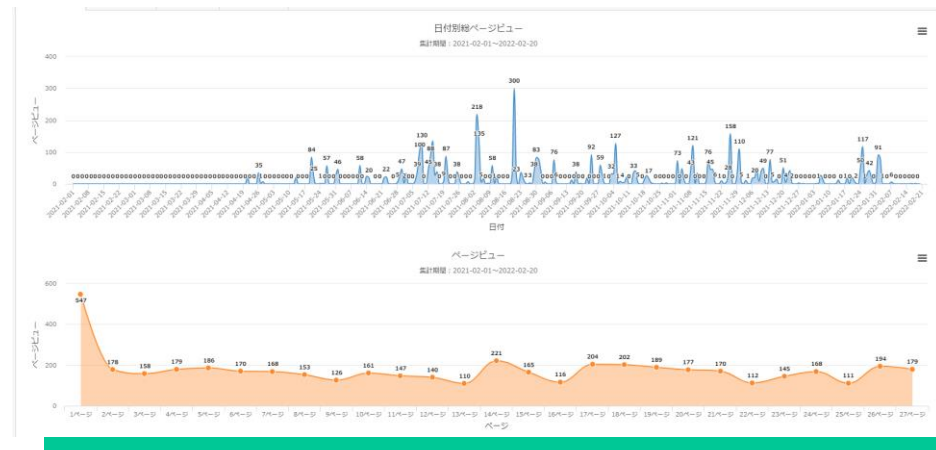
## 資料閲覧ログ

### 【見るべき指標】

- どの資料がよく閲覧されているか
- 何ページに離脱していることが多いか
- 誰が資料を閲覧しているか

### 【データの活用方法】

- 解約顧客と資料閲覧状況の相関分析
- 問い合わせ顧客と資料閲覧状況の相関分析
- 顧客の興味関心を基にしたコンテンツ作成
- 個別顧客フォロー



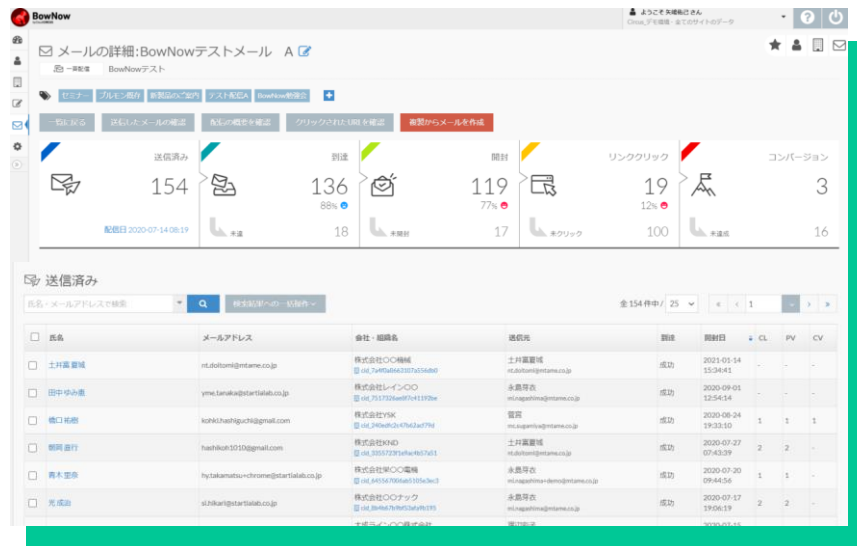
## メール配信ログ

### 【見るべき指標】

- どのメールがよく閲覧されているか
- 到達率、開封率、クリック率
- 誰がメールに反応しているか

### 【データの活用方法】

- 解約顧客とメール閲覧状況の相関分析
- 顧客の興味関心を基にしたコンテンツ作成
- 個別顧客フォロー



メールはテックタッチの中でデータを最も蓄積しやすい施策の1つです。

担当指標に置くことをおすすめします。

## その他

テックタッチはすべての施策で、定量的なデータを容易に取得可能です。

チャットボットの離脱分析、チュートリアル  
の離脱分析もできます。

基本的には、テックタッチで理想とするユーザーの行動フローをファネルで整理し、離脱率を分析。

ファネルを「認知・興味・行動」に分類し、どこで離脱が多いのか、その離脱を改善するために他に打つ手はあるのかを考えられます。

日別レポート

すべてのバージョン | すべてのデバイス | 2023-01-01 | 2023-01-01 | 全デバイス

日付	Widget表示	PV	Session	UV	登録率	登録	途中離脱	完了	検索UV	WidgetCTR%	登録率_Session%	離脱率_Session%	CTR_Session (%)	CV%
20230209	0	309	313	186	0	33	286	0	0	0	10.54	81.59	0.00	0
20230210	0	235	230	146	0	33	142	0	0	0	14.35	81.74	0.00	0
20230210	0	102	93	58	0	12	87	0	0	0	12.80	81.28	0.00	0
20230217	0	119	116	87	0	14	73	0	0	0	12.67	82.93	0.00	0
20230218	0	50	48	30	0	8	29	0	0	0	14.67	80.42	0.00	0
20230215	0	57	52	28	0	7	36	0	0	0	13.46	87.69	0.00	0
20230214	0	63	54	37	0	11	37	0	0	0	20.37	88.52	0.00	0
20230213	0	90	89	54	0	13	58	0	0	0	14.81	82.52	0.00	0
20230212	0	118	108	82	0	20	70	0	0	0	18.35	84.22	0.00	0
20230211	0	140	141	76	0	20	74	0	0	0	20.57	82.48	0.00	0
20230210	0	68	59	40	0	14	35	0	0	0	23.73	89.32	0.00	0
20230209	0	68	63	43	0	14	42	0	0	0	23.22	86.07	0.00	0
20230208	0	84	83	37	0	9	55	0	0	0	18.98	88.04	0.00	0

詳細はこちら

表示顧客数

758

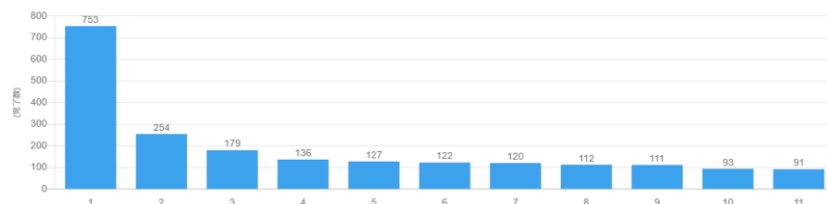
完遂顧客数

107

完遂率

14%

ステップ分布



01.カスタマーサクセス/テックタッチとは

02.テックタッチの役割と実践例

03.テックタッチの種類と指標

**04.海外のテックタッチレポート**

05.Fullstarのご紹介

## 海外レポート

### 【ユーザーコミュニティ】

※（業種業界限らず）400社を調査

「The Benefits and Impacts on Organizations 2019」を参考にしています。

<https://pages.vanillaforums.com/online-communities-the-benefits-and-impacts-on-organizations-2019>

### 【チュートリアル】

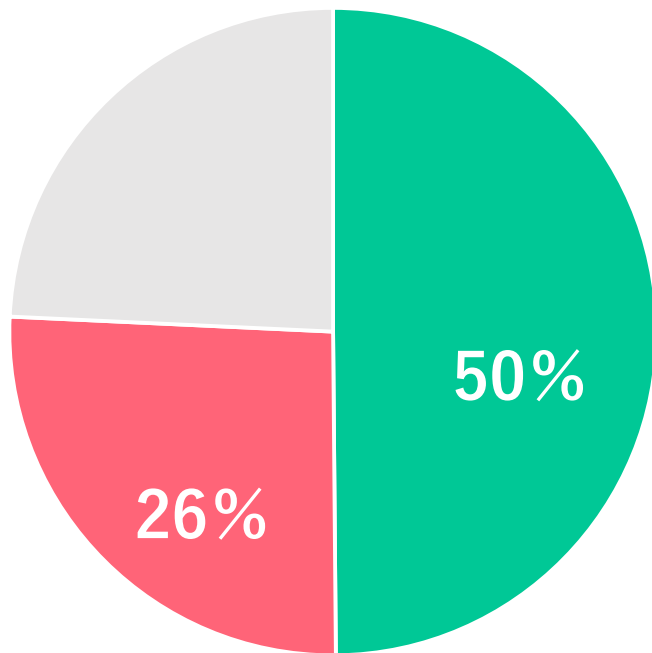
「The 2020 State of SaaS Product Onboarding」を参考にしています。

※SaaS1,000社を調査

<https://userpilot.com/saas-product-onboarding/>



調査対象の**76%**が  
取り組んでいる



■ Branded Community ■ Social Media Community ■ No Community

### コミュニティの効果

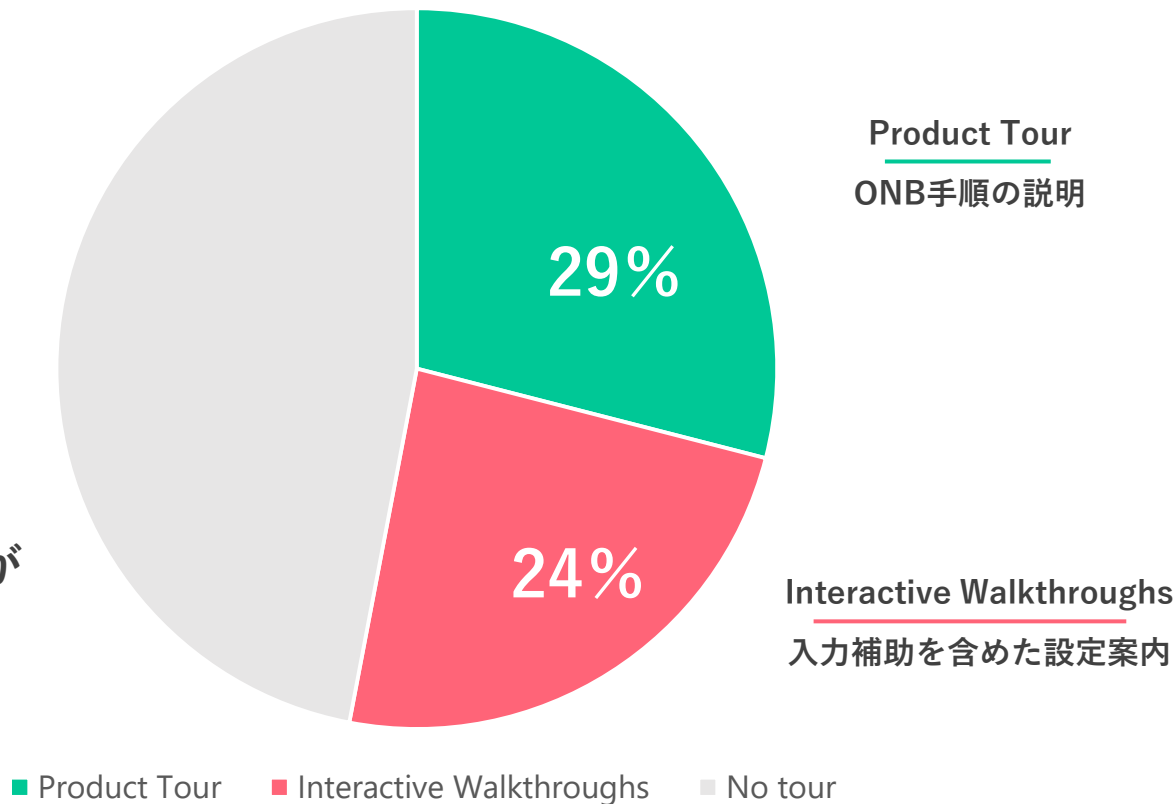
**66%** 顧客維持に影響を与えた

**68%** 新しいリードの創出に貢献した

**55%** 売上の増加に貢献した

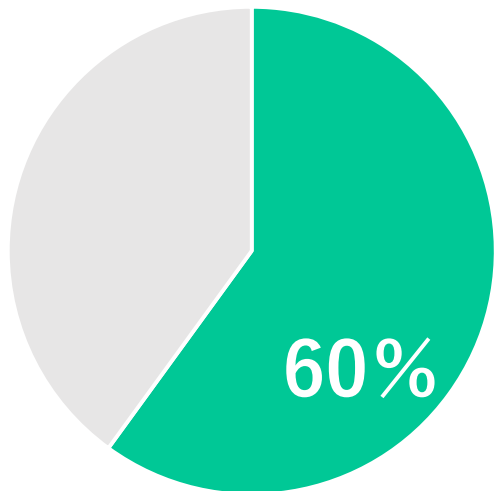
**88%** カスタマーエクスペリエンスの向上に役立った

調査対象の**53%**が  
取り組んでいる



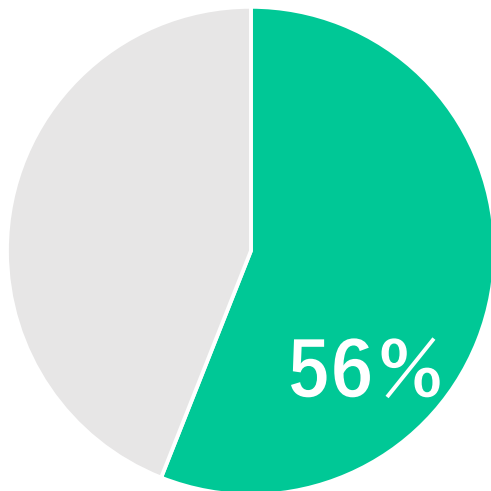
## その他プロダクトテックタッチ状況

ウェルカムスクリーン：60%



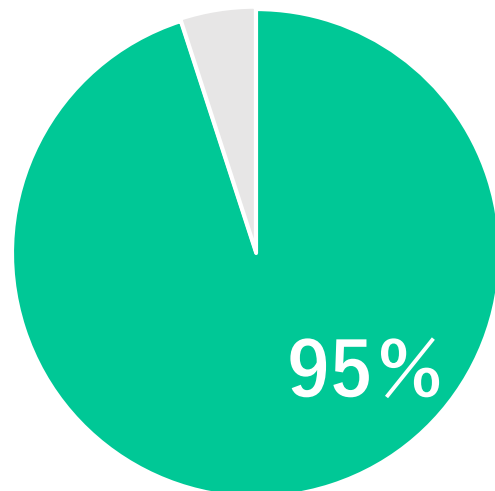
■ Yes ■ No

チェックリスト：56%



■ Yes ■ No

アナリティクス：95%



■ Yes ■ No

01.カスタマーサクセス/テックタッチとは

02.テックタッチの役割と実践例

03.テックタッチの種類と指標

04.海外のテックタッチレポート

**05.Fullstarのご紹介**



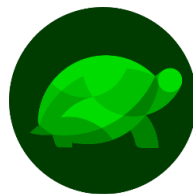
---

Cloud**CIRCUS**

## Fullstarのご紹介

---

# チュートリアルをノーコードで作成できる 国産CSMツール



**Fullstar**  
by CloudCIRCUS



## “ SaaSツールのカスタマーサクセスを驚くほど簡単に管理できる



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）

導入前



アプローチがバラバラ  
管理が出来ていない

導入後



最適なタイミングで  
最適な活動が出来る

### ■ 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

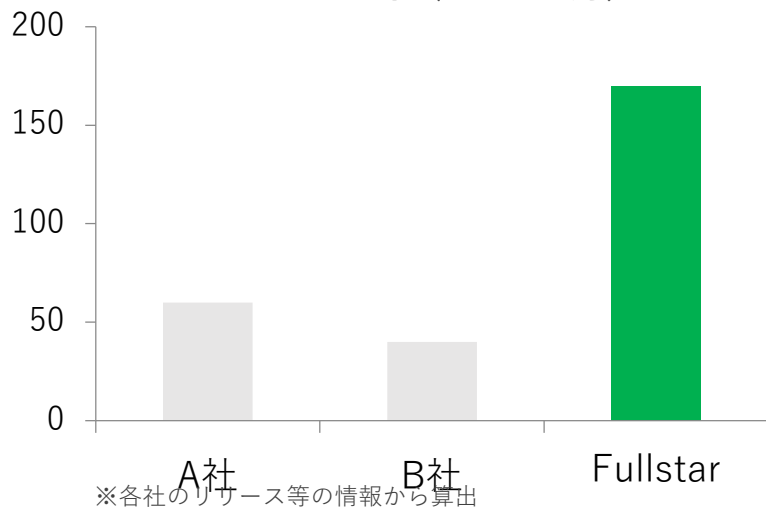
トラッキングコードが設置されていれば、チュートリアルもノーコードで設定可能です。いちいち開発部の方に依頼しなくてもいいので、つまづきやすい設定などが判明したら、すぐにカスタマーサクセス部門の方だけで作成できます。





国内BtoB SaaS企業への  
Fullstar導入実績は

**170** 社(2022.5月)



ETL BIツール  
電子署名 ERP オンラインストレージ CRM  
LMS AI ビデオ会議システム  
CSツール MDM  
店舗 コミュニケーション SNS シングルサインオン  
SFA グループウェア

## LESSARの事例

Free登録後のオンボーディング促進、  
CSハイタッチ工数の削減に成功！

初期設定完了率：**95%**

DAU/MAU率：**3.5%UP**



## LESSARの事例

ワンタッチの問い合わせ数を削減！

NPSの回答数：**450%**

問い合わせ数：**10% DOWN**



月間問い合わせ数10%削減&アンケート回答数450%に。採用一括かんりくんのFullstarを活用したカスタマーサクセスとは？

／HRクラウド株式会社様

# Fullstar料金プラン

Fullstarプラン	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)	¥55,000	¥0
チュートリアル作成	無制限	1パターン
登録プロダクト数	5つ	1つ
エンゲージメント作成/分析	✓	✓
コミュニケーション管理	✓	—
顧客データ連携	✓	—
メール配信 (実装予定)	✓	—
利用状況分析 (実装予定)	✓	—
カスタマーサクセス	✓	—