

AcQUiA
EXPERIENCE DIGITAL FREEDOM

従業員体験の 強化：

カルチャーが成長を促す



目次

03

お客様を大切にすることに、社員を大切にすると

05

EXとCXの関係 ▶

08

従業員体験は最高人事責任者の仕事のひとつ ▶

10

従業員体験を共通の優先事項に ▶

12

EXは単なるイントラネットの刷新ではない ▶

15

EXソリューションに必要な5つの能力 ▶

18

EXがCXを加速する ▶

第1章

お客様を大切にするように 社員を大切にする

従業員と顧客の双方の心をつかむために、企業は従業員体験に投資する必要がある

従業員は消費者でもあり、顧客と同様に消費者ベースの期待を持って会社とのデジタルなやりとりを構成しています。このような期待の高まりは、仕事と個人のアイデンティティをどのように結びつけるかという、今日における労働者の根本的な変化から生じていると考えられるでしょう。そして彼らは、仕事に合わせて生活を変えるのではなく、すでにある生活に馴染むような仕事を選んでいきます。

なぜでしょうか？それはパンデミックによって加速したと言えるでしょう。新型コロナウイルスは、多くの人を長期間の隔離に追い込みました。職を失った人もいます。また、可能な場合はリモートワークに切り替えたり、もしくは何度も現場に出てリスクをとるか、自主的に退職するかのどちらかを選択しなければならない人もいました。2020年と2021年の騒動は、多くの労働者の優先順位をリセットし、離職へのためらいを減らし、企業が直面している「離職津波」現象を生じさせました。より多くの従業員が仕事に縛られることなく、より良いものを探そうとする意欲は今までにないほど高まっていると言えます。

顧客により良いブランド体験の提供を模索する企業は、従業員のデジタル体験の質がひいては顧客体験の質を決定することを認識する必要があるま

企業は“離職津波“を解決するために、考え方を变える必要がある

す。どのカスタマージャーニーの背景にも、最高の顧客体験を実現するために適切な能力を備えた優秀なチームが存在します。その従業員たちは、一貫性があり、関連性が高く、タイムリーで、そのブランドらしいメッセージを作成し、顧客に提供するために必要なツール、データ、コンテンツに簡単にアクセスする必要があります。

つまり、従業員が仕事にやりがいを見出すために雇用主に求めるものと、企業が優れた顧客体験を実現するために従業員に提供すべきものの間には共通項があるのです。それは優れた従業員体験 (EX) です。EXと顧客体験 (CX) の間にも、整合性があるということです。顧客を大切にするように従業員を大切にしない企業は、それぞれとの関係がぎくしゃくし、ついには両方を失うことになるでしょう。

CXとEXは、もう一つ重要な点でつながっています。コンテンツとデータの一元化は、顧客体験と同様、

従業員体験の創出にも不可欠なのです。このように、CXとEXの融合が先進的な企業で進んでいることは、驚くことではありません。優れたCXを生み出すための適切な技術的基礎をすでに築いている企業は、同様に強力なEXのための構成要素をすでに持っていると言えるでしょう。実際、優れたCXは優れたEXに依存しているのは事実です。

このe-bookでは、EXに投資することの意義と、それがどのように収益に貢献するのかを説明します。また、EXとCXが本質的にどのように関連しているかを示し、企業価値を高める従業員体験を構築するためのロードマップを提供します。

第2章

EXとCXの関係

従業員体験の質が、顧客体験の質を決定する

2020年、Forbes Insightsが300人以上の従業員体験と顧客体験のリーダーを対象に行った調査によると、70%の経営者がEXの向上がCXの向上につながり、それが急速な収益増につながることに同意しています。

例えば、ある消費者がマウンテンバイクの購入について調べている場面を考えてみましょう。この場合、オンラインリサーチ、マーケティング資料、広告コンテンツ、デジタル・アシスタントやカスタマーサービス担当者との会話など、カスタマージャーニーのすべてのタッチポイントで一貫したメッセージを発信できるかどうか、顧客体験を左右することになります。

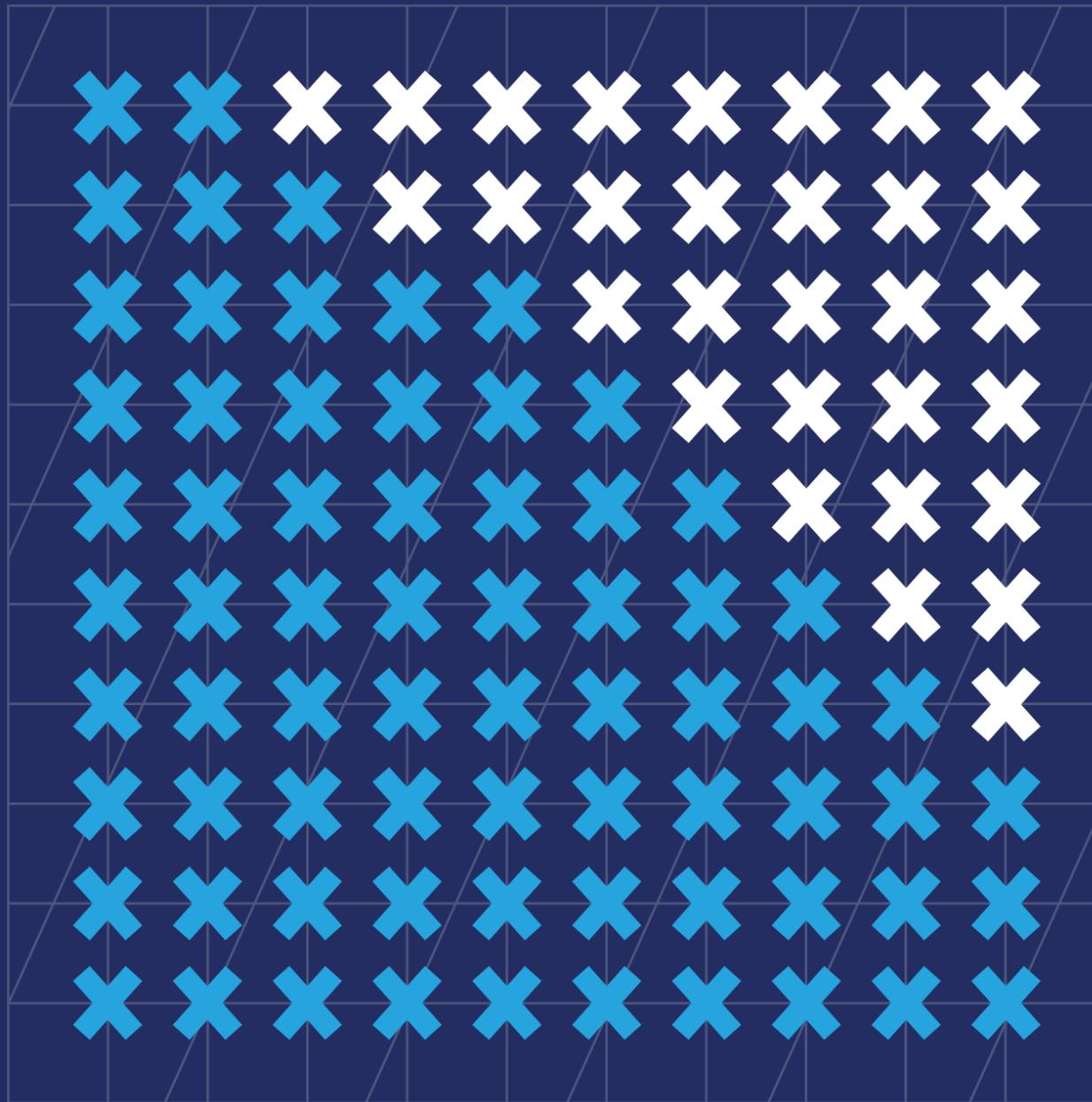
自分に合ったバイクを探すために様々な手段を講じているお客様が、商品詳細ページと異なるパンフレットや、チャットボットが呼び出したデータと矛盾するカスタマーサービスの情報に振り回されることは想像に難くありません。さらには、自転車を設計するエンジニアからWebサイトを構築する開発

者、資料作成をする製品マーケティング担当者、パートナーマーケティング担当者向けにアセットを開発するコンテンツチーム、カスタマーサポート担当者や正規販売店を訓練するための教材を作成するなど、さまざまな役割を担う多くの人を抱える大きな組織では、こうした矛盾も生じるでしょう。

部署や個々の従業員によってEXが異なる場合、顧客との接点におけるアプローチの一貫性を確保することは不可能です。

70%

EXの向上がCXの向上に関連していると述べている経営者の割合



ガートナー社が最近行った従業員体験に関する調査によると、顧客と接する従業員の半数以上が「会社や経営陣は顧客とのやり取りをスムーズに行うための環境を整えてくれていない」と考えていることがわかりました。さらに回答者の半数以上が、日常業務における不必要な作業のために、より質の高い顧客体験を提供することができないと回答しています。

一貫性が崩れると、顧客体験も崩れてしまうということです。



第3章

従業員体験は 最高人事責任者の 仕事のひとつ





従業員体験とは生産性やコラボレーション、成長などで、主に従業員のためだけではなく派生的に会社のためになるものです。従業員一人ひとりが仕事とキャリアの両方で成功できるように、パーソナライズされたテクノロジーとコンテンツをセットで提供することがEXです。また、デジタル資産へのアクセス、社内ニュース、社員規定など、社員が会社のイントラネットにアクセスする可能性のあるすべてのものを含んでいます。しかし、EXはそれだけではありません。

従業員体験とは、会社の一貫したストーリーを伝えるために必要な最新情報で構成されています。職務を遂行するために必要なアプリケーションへのアクセス、個人に合わせた福利厚生情報、キャリア構築を支援するリソースへのアクセス、会社や所属する部署に関わるニュースやイベントのお知らせなどが含まれます。

ユニークで力強い企業カルチャーを構築する人事最高責任者（CHRO）にとって、従業員体験は最重要課題です。このミッションに不可欠なのは、最も優秀な人材を惹きつけて維持することです。健全なEXは、採用を容易にし、生産性の向上に繋がります。さらには従業員が最も効率的に仕事が

できるため、EXが収益の拡大にまで貢献してくれるのです。逆にEXが無視されたりうまく組織化されていない場合は、企業カルチャーの崩壊を意味します。最も貴重な資産に投資していないことを露呈することになり、つまりはリソースの浪費であり、従業員の減少につながります。

優秀な人材を確保することは、人事部にとって常に最大の関心事です。しかし、労働者が新しい優先順位を持ち、企業側は労働力を有効活用するためのより良いツールを利用できるようになった今、それは全く新しいパズルとなっています。人事部は戦略を変えなければ、視点が変化してしまった従業員を失うこととなります。従業員のエンパワーメント、福利厚生、満足度を優先しない企業、あるいは従業員の期待に応えようとしない企業は、人材を確保できていません。EXは、経営者全体の優先事項にならなければならないのです。

第4章

従業員体験を共通の優先事項に



EXは経営陣全体で等しく 評価されなければならない

EXは、従業員に対するコミットメントを体現すると同時に、会社のミッションを支えるチームの日々の活動を可能にするものです。このため、CHROが関心を持つだけでなく、経営陣全体が従業員体験に投資することを約束しなければなりません。あらゆる業界の人事責任者は、この複雑な課題を理解しています。顧客と人材の獲得競争をしているすべての企業にとって、顧客と同じように従業員を大切にすることが当たり前になっていることを経営者に理解してもらう必要があるでしょう。

従業員体験と顧客体験は対等である必要があります。企業は、パーソナライズされた満足のいくカスタマージャーニーの編成に多大な資源を投入するのと同様に、従業員体験の創出にも相応の投資をする必要があります。EXを過小評価することは、負けを意味するのです。CHROは、この状況を打破するために、最高情報責任者（CIO）をはじめとするエグゼクティブ・レベルのパートナーを必要としています。

CIOは会社のポートフォリオアプリを管理しています。CHROは従業員エンゲージメントを推進しています。CIOはすでにCXを推進するアプリを管理しているため、同様のアプローチをEX用に社内で展開することは非常に簡単と言えるでしょう。企業の最も貴重なリソースである従業員にサービスを拡張することができれば、優れた企業カルチャーを支え、不確実性の高い時代に離職率の波に対抗し、さらには企業の利益を向上させる機会を得るのです。



第5章

EXは単なる イントラネットの 刷新ではない



従業員体験の強化

イントラネットではEXに勝てない

多くの企業は、イントラネットの更新時期が来ると従業員体験について話し始めます。イントラネットのプロバイダーは、ビジネスプロセスの変革や従業員のエンゲージメントについて語るかもしれませんが、イントラネットという概念そのものは、経営陣から従業員に情報を発信するためのプラットフォームとして開発された、1990年代から2000年代の遺物なのです。

今日の従業員は、自分のライフスタイル、役割、場所、会社でのキャリアに対応したデジタル体験を期待しています。これは、一般的な企業内イントラネットが提供できる範囲をはるかに超えるものと言えるでしょう。彼らは、仕事に必要なすべてのデジタルツールやリソースに、いつでも、どこからでもアクセスできることを望んでいます。同様に、会社の最新のコンテンツにも、いつでも、どこからでもアクセスすることも望んでいるのです。人事や福利厚生の情報にアクセスし、管理できるようになりたいと考え、会社の取り組みをすべて知ることを望んでいます。そして、より大きな目的の一端を感じたいと考えているのです。



イントラネットは、優れたユーザー体験よりも最低限の機能を重視する傾向があります。そもそも経営者や企業のイニシアティブのニーズを満たすために設計されたものであり、社員一人ひとりの固有のニーズを満たすためのものではありません。イントラネットのサポートはほとんどなく、不完全で見つけにくく、古い情報も多く含まれています。不適切な設計上に構築されたレガシー・プラットフォーム上で動作しているものなのです。残念ながら、ユニークで力強い企業カルチャーに貢献することはありません。イントラネットが失敗するのは、ユーザー体験を中心に設計されていないためです。

しかし従業員体験ソリューションとは、デジタル変革を反映し、ユーザー体験の観点から出発するので、イントラネットでは決して実現できなかった方法で従業員に可能性を広げます。確かにイントラネットと同様、EXソリューションも従業員に情報を提供するものです。しかしEXのコンセプトは、イントラネットが目指していたものよりもはるかに高い次元の目標、すなわち「社員が自分よりも大きなものに貢献できるようになること」を目指しています。

つまり、現代の従業員体験とはイントラネットの概念を覆すものであり、役員向けの放置された掲示板ではなく、従業員にとって価値あるツールキットとして機能するものなのです。



第6章

EXソリューションに 必要な5つの能力

イントラネットが従業員への一方的な情報発信を目的としたものであるように、ポイントソリューションとは、従業員に伝えたい特定の情報に関する事業主の別のニーズに対応するために開発されました。従業員体験はこれらのツールやデータ、情報のカテゴリを集約するだけでなく、雇用主ではなく従業員を中心に据え、パーソナライゼーションを活用し、従業員一人ひとりにとってユニークなユーザー体験を実現するものです。優れたEXとは、デザイン、UX、コネクティビティを重視しており、これらは現在EXの世界に浸透している優れたCXソリューションの特徴として実証されています。

最高のEXソリューションは、5つのコア能力で構成されています。

1. アクセスできること - 会社に関する最新情報の周知

- // **従業員への情報共有：**買収の詳細、最新の製品開発、新しい福利厚生制度など、「知っている」従業員は、大切にされ、つながりを感じることができる
- // **一貫したメッセージ：**CXが顧客に対して行うのと同様、EXはデジタルで接するすべてのチャネルにおいて、会社から同じメッセージを受け取れることを保証する
- // **一貫した顧客体験：**顧客メッセージが一元管理されたコンテンツソースを参照して作成さ

れるためには、従業員が最新情報へアクセスできることが必要

2. 見つけられること - 業務に役立つすべての関連情報が簡単に見つかる

// **体系化されたコンテンツと体系化されていないコンテンツ：**無制限の検索機能により、社員は会社という枠の中のどこにいても、体系化または体系化されていないコンテンツを見つけることができる

// **AIを活用した検索：**インテリジェントサーチにより、社員は会社の重要なアプリケーションや資産を迅速かつ簡単に発見でき、ナビゲートできる

3. 繋がれること - すべての人事アプリケーションを簡単に統合し、まとまりのある体験を提供

// **社内用アプリケーション：**関連する人事アプリケーションや、福利厚生情報、オンボーディングに関する情報にアクセスすることができる

// **外部アプリケーションとの連携：**オープンAPIを通じ、EXソリューションがCMSの外部に存在するサードパーティアプリケーションと接続できることが必要

4. 協業できること - 社員のプロジェクトに対する可視性と参加機会の確保

// **従業員エンゲージメント：**社員は同僚が取り組んでいるプロジェクトを知ることができ、つながりを感じることができる

// **従業員の能力向上：**従業員が社内の重要なトピックに関与し、意見を述べるために必要なツールを持つ

5. 自動化できること - 従業員が欲しい情報やアクセス権限を自動で取得できるようにする

// **従業員を理解する：**職務責任や専門的な能力開発の観点から、従業員一人ひとりのニーズをツールで評価する

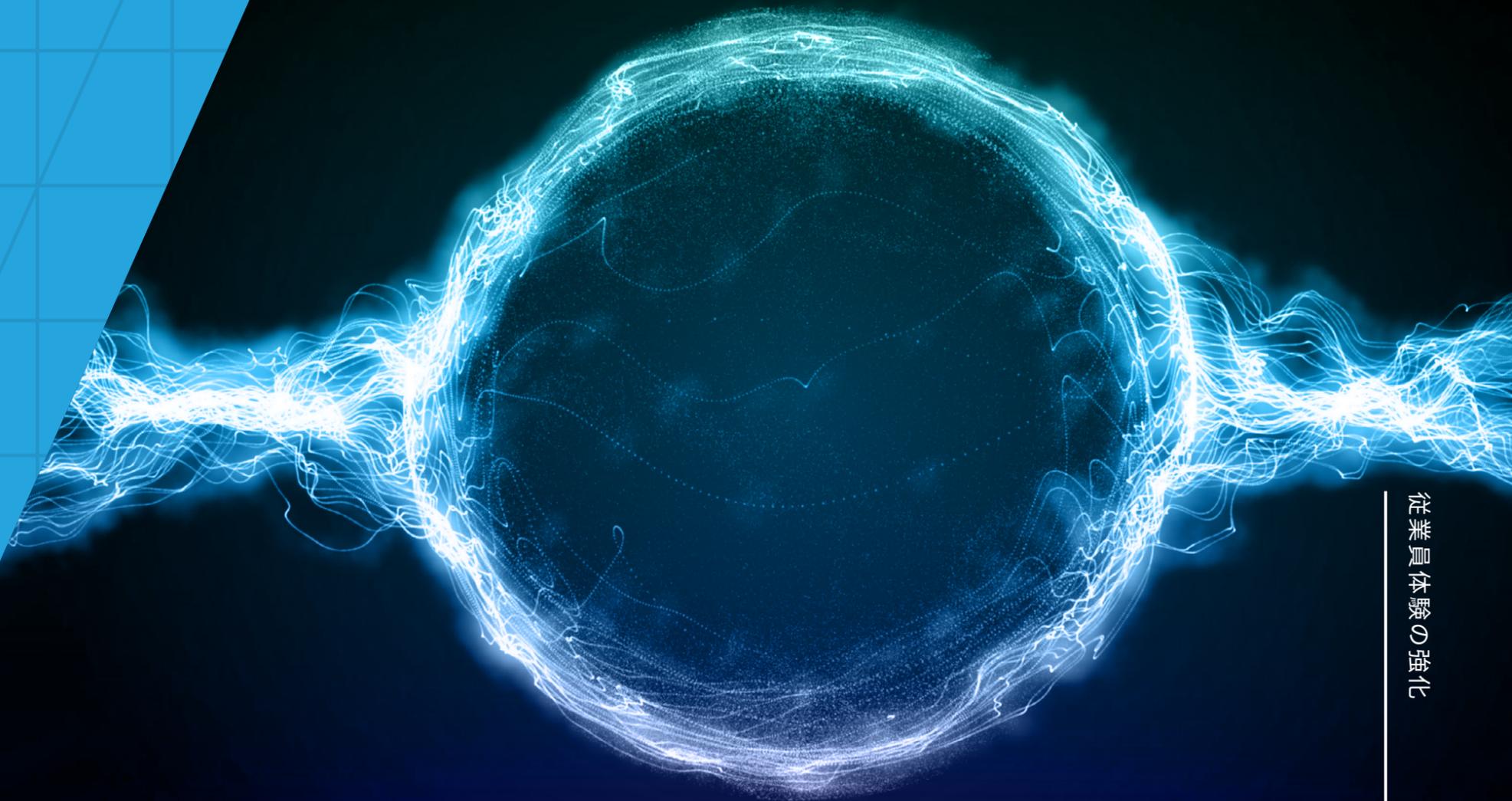
// **一人ひとりに寄り添うための基盤：**本社や各オフィスの従業員一人ひとりのためにコンテンツをパーソナライズする

EXソリューションは、実績あるCXアプローチに由来するものであるべき：ブランドと関わるすべての人がアクセスする唯一の情報ソースと、シームレスに統一されたコンテンツ体験。最高のCXソリューションと同様に、EXも一貫した設計、再利用可能なコンポーネント、統一されたデータで構築される必要があります。オープンAPIフレームワークを介し、すべての従業員システムを調和させるデジタル体験プラットフォーム (DXP) とは、従業員がいつでもどこからでも、1つのソースから必要なデータにアクセスすることを可能にするものなのです。



第7章

EXがCXを 加速する





Acquiaの先進的なDXP上に構築された従業員体験は、顧客体験も向上させる

CXと同じ土台の上にEXがあることで、最高人事責任者とCIOは目的を一致させながら会社運営を合理化することができます。AcquiaのDXPは、コンテンツへのシームレスなアクセス、ナレッジ管理、外部サービスとの統合を容易にするオープンAPIフレームワーク、従業員や顧客の統合データプラットフォームを提供し、最強のEX/CXソリューションを叶えます。Acquia DXPは、世界で最も要求の厳しいブランドにサービスを提供する業界リーダーなのです。

Acquia Drupal Cloudを備えたAcquia CMSは、勝ち組EXソリューションのためのコンポーザブル・アーキテクチャの設計・構築に必要なすべてのものを提供します。アクイアは、先進的な企業が世界クラスの企業カルチャーを築き、従業員の期待を超え、従業員エンゲージメントを再定義し、人材確保の戦いに勝利するために、革新的なEXを提供できる技術と専門知識を持っています。

従業員体験に投資することは、企業の競争力を維持するために非常に重要です。入社から退社までの従業員体験を改革し、従業員の定着率を高め、現場で実証されたDXの原則に基づいた最新のテクノロジーソリューションを使い、優れた顧客体験を構築するための従業員の装備を整えることは、明らかに賢い投資と言えるでしょう。

世界レベルの 企業カルチャー を作る

従業員体験に投資することで、
従業員の心をつかみましょう。

[詳しくはこちら ▶](#)

Acquia

ACQUIA.COM

アクイアについて

アクイアはオープンなデジタル体験プラットフォームを提供し、企業がウェブサイトやデジタルアプリケーションを通じて、大規模な規模で顧客とのコミュニケーションを構築、ホスト、分析、コミュニケーションを行うことを可能にします。信頼されるオープンソースのリーダーとして、柔軟なインテリジェンスを使用して、CXリーダーのためのより良いビジネス成果を生み出しています。

