

uniphore 

全会話理解による 全会話改善

Uniphore の会話サービスオートメーションは
お客様とエージェントのエクスペリエンスを変革し、
コストを削減します。



目次

章番号	トピック	ページ
1	会話: 顧客との関係改善へのはじめての一步.....	3
2	お客様はヘルプを必要としているのに不満が募っていく...4	
3	企業はお客様との会話をしっかり把握できていない	5
4	カスタマーエクスペリエンスに集中することが 景気後退期の必勝法	6
5	AI とオートメーションが全ての会話を改善する	7
6	CSA とは?	8
7	CSA はどこが違うのか?	9
8	CSA がカスタマーエクスペリエンスと コンタクトセンターを変える	10-13
9	結びに	14
10	Uniphoreについて.....	14

会話:

顧客との関係改善へのはじめての一步

コールボリュームの大幅な増加。在宅勤務モデルへの予期せぬ方向転換。収益と予算の削減。新型コロナウイルスのもたらした非常事態は、お客様、カスタマーサービス、サポート業務、エージェントに極めて難しい課題を生み出しました。

お客様はこれまで以上に支援を求めて人に相談する必要性を感じ、会話することを望んでいますが、保留時間の長さや解決にかかる時間が長い、エージェントが心の状態をきちんと受け止めてニーズに対応してくれないなど、不満を募らせています。エージェントも、リモートワークで発生するそれまでになかった課題をさばきながら複雑で難しい会話に対応しなければならず、同じように不満を感じています。

お客様と企業の間で発生する大量の会話は、デジタルでも、人対人でも、その組み合わせでも、これまでの旧式の分断された古いシステムでは、展開の速いニューノーマルの需要に対応しきれないことをくつきりと浮き彫りにしています。

力が試され、不確かなこの時代に企業が力強く前に進むには、全てのお客様の声に耳を傾け、理解し、AI（人工知能）の力を借りて人とマシンの対応の速さ、利便性と共感性の理想的なバランスを、運用コストを削減し、エージェントの定着率を改善しながら実現していく方法が必要です。

CSA（全会話サービスオートメーション）は、会話 AI、RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）、ワークフローオートメーションを、会話を中心としたプラットフォームの中で組み合わせ、コンタクトセンターを変革して有望な未来を実現します。全会話サービスオートメーションをご利用いただくことにより、企業とコンタクトセンターは新型コロナウイルス禍からその先へ、創業の課題を克服することができます。

その方法をご説明します。



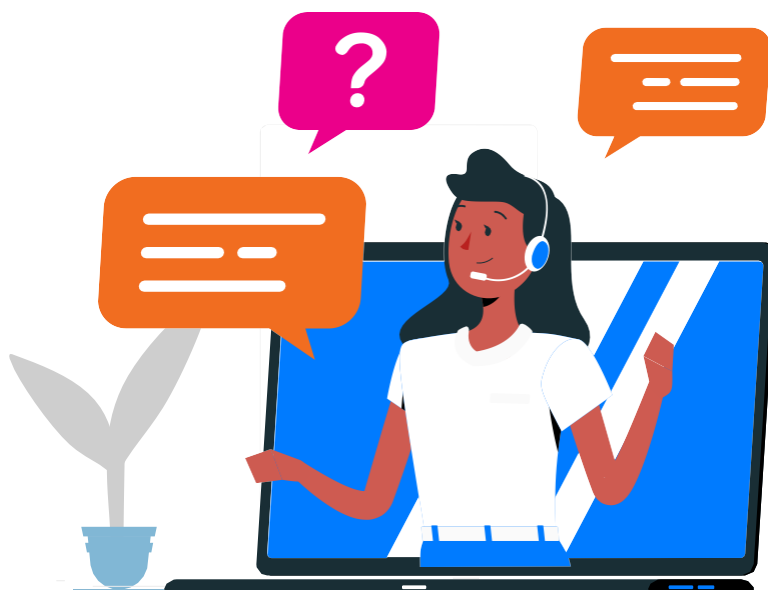
お客様はヘルプを必要としながら不満が募っていく

私たちはこれまで経験したことのないレベルで人生でも極度の混乱に直面しました。皆様のお客様の中にも職を失ったり、在宅勤務で働いている(そして、もう会社にフルタイムで復帰することはない)という方もいらっしゃるでしょう。なんらかの形で影響を受けたご家族を介護している方もいらっしゃるでしょう。家に小さな子供がいながら託児所の選択も限られ、学校も閉鎖しているという方も多くいらっしゃいます。高齢者やリスクの高い方々は安全に家から出ることができないためにオンラインサービスで用事を済ませることを学ぶ必要がでてきたため、銀行業務から買い物、請求書の支払いに至るまで、これまで以上にオンラインで処理することが増えています。

多かれ少なかれ、誰もが何らかの影響を受けました。そのため、期待は突然、劇的にシフトしました。お客様は、これまでにないほど助けが必要となり、しかも何時間も待たされずにすぐ得られることを求めています。その多くが、自分一人でするよりも誰かと話すことを望んでいます。共感してもらい、理解してもらい、人とつながることを求めているからです。

Uniphore が 2020 年 4 月に行った調査では、回答者のほぼ 80 % がエージェントと直接話すことを望んでいました。ところが、コールセンターに電話をかけると 30 分以上待たされると回答した方が 33% 以上、2 時間以上待たされると回答した方も 5 % ありました。お客様の我慢にも限度があります。調査の回答者の 72 % が、実際の人間と話すことを待ちきれずに途中で電話を切ってしまったと回答していました。

同じ調査で、42 % 以上がコンタクトセンターに電話した理由が、旅行、雇用、保険、医療、経済状態をめぐる新型コロナウイルス関連の問題の解決だったこともわかりました。このことから、コンタクトセンターの従業員が在宅勤務となり、これに関連して生産性や規制へのコンプライアンス、チャネル利用の増加への対処をはじめとして複数の課題に対応を迫られる中で、着信件数が大量に増えていたこともうかがえます。



緊急事態ではお客様は生の会話を求めています

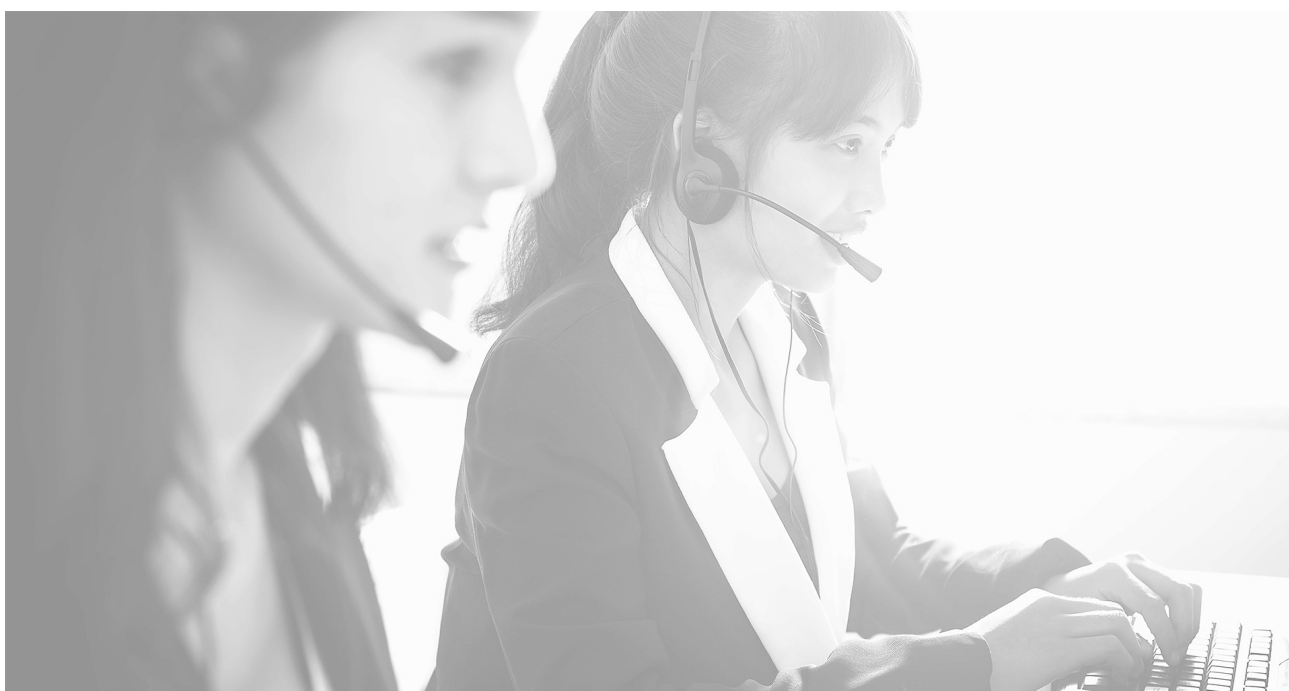
58% 以上のお客様が、緊急課題を解決するのに他のチャネルを使用するよりも電話でサポートを得られることを望んでいます。

出典: アクセンチュア社 2019 年度 “Keep Me Index/Moments That Matter” 調査。グローバル電気通信企業対象。n=11,757

企業はお客様との会話をしっかり把握できていない

カスタマーエクスペリエンスに力を入れることは、顧客満足度とロイヤリティを引き上げ、お客様の生涯価値を高めるうえで肝要であるということはかなり前から認識されています。それでも、今私たちが直面している、もともと多くの課題がある上に不確かで先行き不透明な環境で、カスタマーエクスペリエンスの要である会話の重要性が見失われつつあります。

膨大なコールボリュームをさばくのに四苦八苦する中で、企業は現在の環境を拡張して発信者のニーズと意図を把握して行動に移すまで対処しきれていません。一貫して質の高いエクスペリエンスを提供し、素早く問題を解決することができていません。エージェントも会話についていていません。単調な作業に気を取られ、通話内容をまとめるためにメモを取るのに忙しいためです。さらに、エージェントは、お客様の意図や感情に基づいてどのような口調で対応すべきかについて指導を受けていないために、スクリプトを読むだけになってしまい、会話という意味では人というよりマシンにも似た対応になってしまうことが往々にしてあります。



企業は一つ一つの会話を完全に分析して把握しきれていないために、わかっていないことがあります

- お客様がいら立っているかどうか、そうであればなぜか
- コンタクトセンターの在宅勤務モデルがどこまでカスタマーエクスペリエンスに影響を及ぼしているか
- お客様にも企業にも相互に利益となるように会話のエクスペリエンスを改善するにはどうすればよいか
- 質の高いカスタマーエクスペリエンスを提供しながらコストを抑えるにはどのような機会があるか
- 在宅勤務モデルに関連するストレスがどれほどエージェントの生産性に影響を及ぼしているか

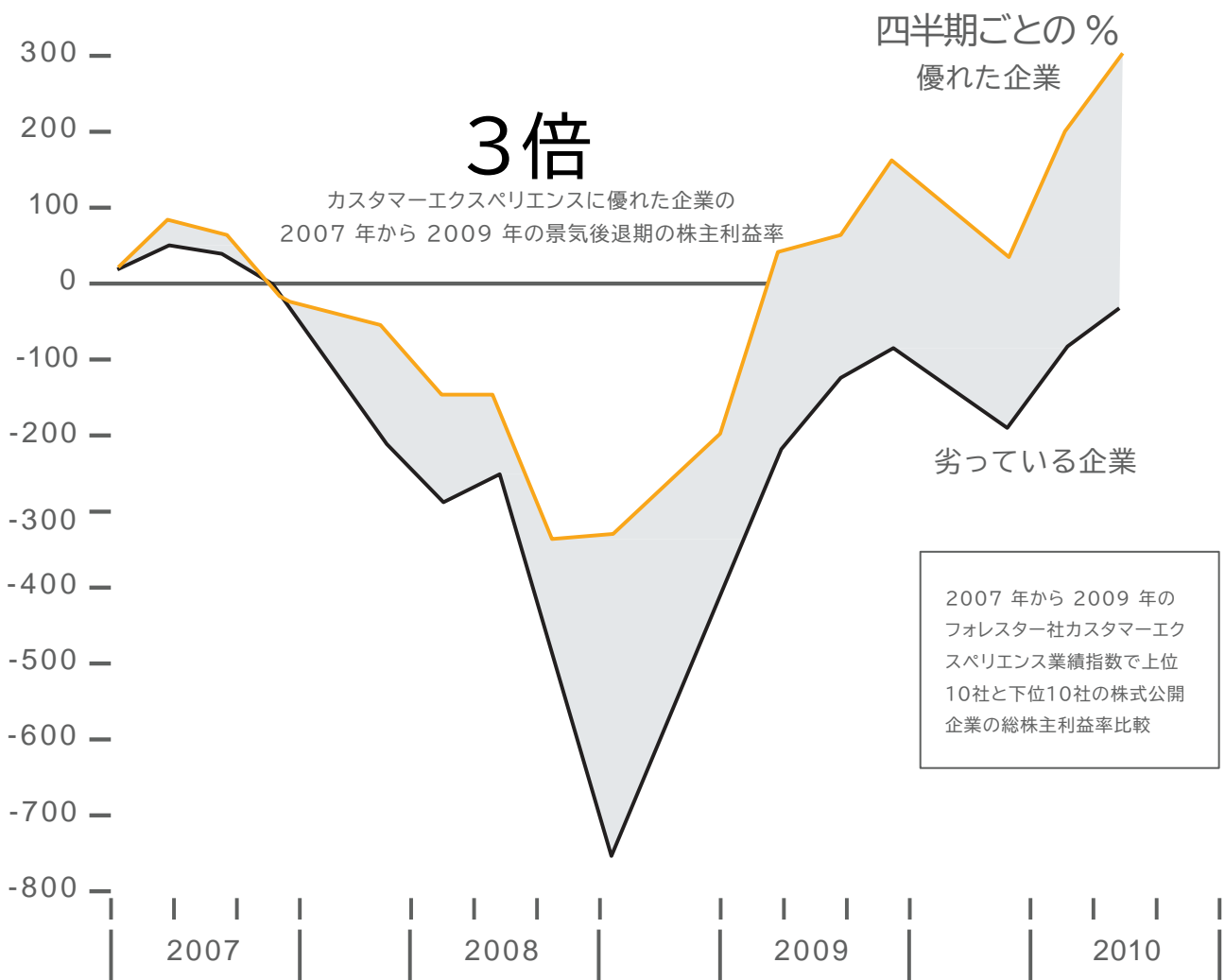


企業が生き残りへの努力からニューノーマルの中で目標に向かって前進できるようになるには、一つ一つの会話を把握することに力を入れ、考えられる限り最高のカスタマーエクスペリエンスを最も効率的な方法で提供しなければなりません。

カスタマーエクスペリエンスに集中することが景気後退期の必勝法

市場調査企業フォレスター・リサーチのデータから、マッキンゼー・アンド・カンパニーは、カスタマーエクスペリエンスに優れた企業が後れを取っている他の企業よりも 2007 年から 2009 年の景気後退期に3 倍総株主利益率が上回ったと判断しました。

カスタマーエクスペリエンスに優れた企業とその他の企業の 総株主利益率



出典：2020年4月マッキンゼー・アンド・カンパニー「Adapting Customer Experience in the Time of Coronavirus」

AIとオートメーションが全ての会話を改善する

業界アナリストは、何年も前から AI とオートメーションがコンタクトセンターの様相を一新させ、エージェントの仕事をなくし、会社の今後のカスタマーサービスチームの人員補充、運営、管理の方法をすべてに影響を及ぼすと予想していました。

しかし、この将来見通しは一度も実現しませんでした。なぜでしょうか？カスタマーサービスがデジタルであれ音声であれ、すべて会話に関することであることに変わりないからです。

これまで、表面的なあるいはポイント式の AI やオートメーションソリューションはお客様との会話の意義と価値を無視してきたため、コスト削減においても最低限の段階的な改善しか実現できず、カスタマーエクスペリエンスやエージェントのエクスペリエンスを犠牲にすることも往々にしてありました。会話の最初から最後まででの把握をしないこうしたソリューションでは、今日必要なコンタクトセンターの変革を実現することはできません。

これに代わって、会話を中心とした AI とオートメーションのプラットフォーム上で実現されるソリューションは、変革を推進し、大きな、目に見える事業価値を正確に実現します。お客様との全ての会話を、エージェントが関与する前から、対応している最中も、切断後もすべて把握するからです。これを、私たちは CSA (全会話サービスオートメーション) と呼んでいます。

CSA とは何か？

CSA は、会話 AI、RPA とワークフローオートメーションを用いて会話の継続中にデジタルチャネルと音声チャネル全体にわたって人とマシン、バックオフィス業務とフロントオフィス業務の間の隙間を埋めます。



セルフサービス:

まず、CSA は効果的な会話エクスペリエンスを推進し、セルフサービスとオートメーションの量をチャットボット、ボイスボット、スピーチボットの使用により増やします。人間が介在しない RPA や CSA の利用により、お客様の意図に基づいて必要な場合にはフロントオフィス業務もさらに自動化します。



人から人へ:

通話の最中に CSA はお客様の感情、センチメント、意図をリアルタイムで分析し、ワークフローオートメーション、通話中の指導的助言、次善策の予想を用いてエージェントを支援します。人間が介在する RPA は、エージェントによって開始されたバックオフィス業務を補強し、自動化します。



アフターコール:

通話が終わると、CSA はエージェントのためにアフターコールの要約作業を自動化し、コール終了後分析を用いて、浮かび上がってきたトレンドや軋轢の生じたポイントを表面化させ、計画や運用の改善点について情報を提供します。



Uniphore だからこそ可能な会話全体の最適化

複数のカスタマーサービスチャネル。複数の言語。一つの会話。



CSA はどこが違うのか？

CSA は、お客様とエージェントの両方の会話エクスペリエンス全体に、会話 AI、RPA とワークフローオートメーションを使って対処し、次のものをはじめとする多くの領域で実証可能で持続的な事業価値を推進します。



収益:

AI を駆使したアップセル/クロスセルの機会の推奨により、増収を推進



カスタマーエクスペリエンス:

解決時間、顧客満足度、ロイヤリティの改善



エージェントエクスペリエンス:

従業員満足度と定着率の増加、エージェントのオンボーディングを加速化、トレーニングを改善、品質を向上



運用コスト:

エージェント離職率を削減、平均処理時間を削減、エージェントの生産性を向上、コールボリュームを削減



セキュリティとコンプライアンス:

コンプライアンスをコンタクトセンターと在宅勤務モデルの両方で推進



CSA（全会話サービスオートメーション）とは？

CSA とは、お客様とエージェント両方の会話エクスペリエンス全体に対処する唯一のプラットフォームで、会話 AI、RPA、ワークフローオートメーションを使用してフロントオフィス業務とバックオフィス業務を融合します。

CSA がカスタマーエクスペリエンスとコンタクトセンターを変革する

CSA プラットフォームは、コールボリュームが増加してもコストを削減し高い品質を維持しながら、お客様の新たなニーズに応えられるようにエンドツーエンドでコンタクトセンターの変革に役立ちます。これは、すべての通話に耳を傾け、分析することにより、また AI を用いてセルフサービスからエージェントが対応するサービスまで会話エクスペリエンスを自動化して補強し、RPA とワークフローオートメーションによりフロントオフィス業務とバックオフィス業務を融合することによって実現します。また、この全てに 100 を超える言語で対応しています。

この後ご紹介する実例とユースケースで、Uniphore の CSA プラットフォームを導入した企業が体験している利益を実証します。

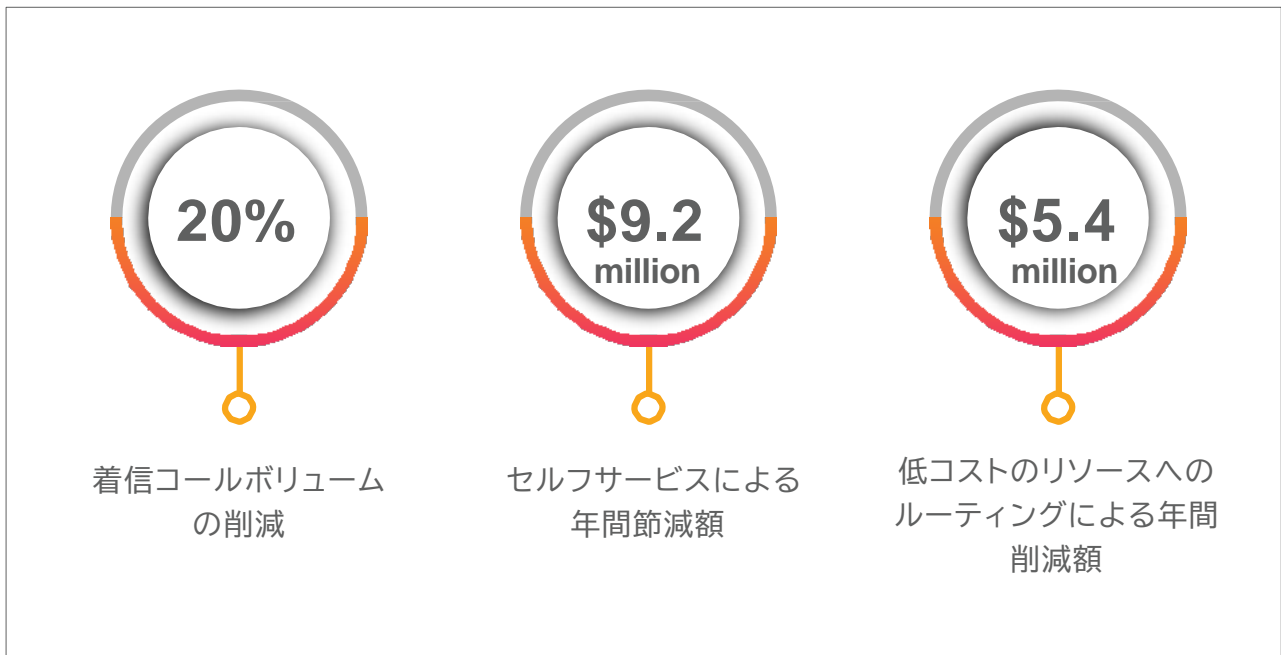


事例 1:

全ての会話を分析してコールボリュームとコストを削減

80 か国以上で事業を展開するあるグローバル規模の保険会社には、旅行に焦点を当てた事業部門があり、月間 30 万件以上に及ぶお客様からの電話に 470 人のエージェントで対応しています。CSA を導入する前は、この旅行部門は通話の原因、リピートコール、ルーティング誤りに関する知見が限られていたため、通話転送の量が増えていました。創出した収益に比較してもサービスの経費は高かったです。

この会社は、Uniphore の CSA プラットフォームを使用した結果、発信者の意図、宛先誤りの通話、複雑度の低い通話、セルフサービスに適した機会を特定することに成功しました。その後、この保険会社では Uniphore の会話 AI を駆使したセルフサービスを実装してサービスコストを削減することに成功しました。この会社はまた、会話アナリティクスを使用して、複雑度の低い通話を低コストのリソースに振り分けることにしました。CSA プラットフォームのバーチャルエージェントによるセルフサービス、会話アシスタンスとアナリティクスを駆使して、この会社は以下を達成しました。

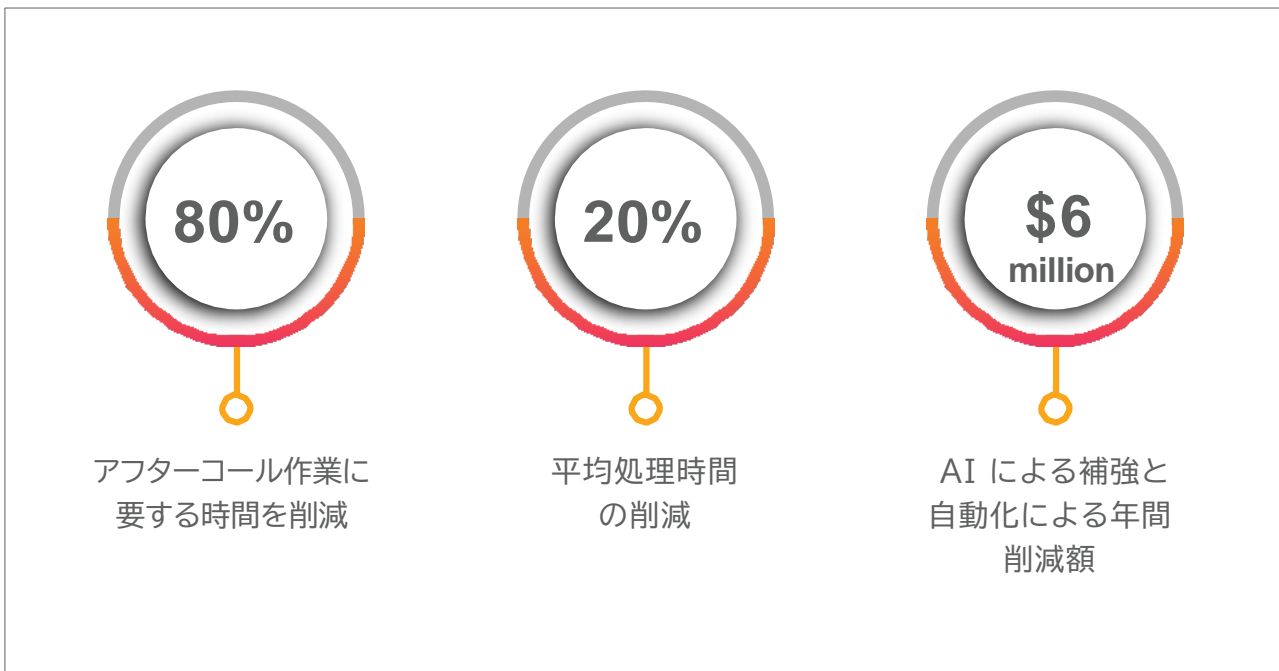


事例 2:

エージェントを強化、支援して解決時間を加速

複数のコンタクトセンターを抱える大手ヘルスケア企業は、年間 100 万件以上の通話に 1000 人を超えるエージェントで対応しています。大量のコールボリューム、複数のアプリケーションにわたる手動プロセス、時間のかかるアフターコール作業により、エージェントは通話中に気を取られ、次の受電までかなりの貴重な時間を非生産的な業務に削がれていました。

このヘルスケア企業は、Uniphore の CSA プラットフォームを使用したことにより必須業務を RPA で自動化し、会話 AI を用いたチャットボットを導入して取引に関するお客様の単純なニーズに対応させ、アラートやナレッジベースから整理してまとめた情報を用いてエージェントの能力を補強し、通話後の分析から知見を抽出することに成功しました。Uniphore の CSA プラットフォームにより、このヘルスケア企業は、次のものを獲得しました。



事例 3:

後処理作業の自動化によりエージェントの生産性を向上

有線・無線両方の顧客に対応する大手通信会社は、月間 500 万件の通話に 1 万 6000 人のエージェントで対応しています。通話をオフラインで分析できるように記録するために、エージェントは記号や略語を駆使して複雑な問題も文書化していました。手入力した通話の要約は難解で、エージェントによって一貫性が取れていませんでした。通話の最中に、エージェントは複数のアプリケーションの間をナビゲーションして問題を解決する必要がありました。

Uniphore の CSA プラットフォームを導入したこの通信系企業は、人間に解読可能な英語でエージェントの代わりに通話の要約を作成する作業を自動化することに成功しました。能力の補強、リアルタイムの始動、次善策の提案により、エージェントの作業は削減され、処理時間も短縮され、会話のエクスペリエンスが向上しました。Uniphore により、この通信系企業は以下を達成できると予想しています。



結びに

カスタマーエクスペリエンスでリードする企業は、良い時にも緊急時にも、デジタルでも音声でも、人間でも AI でも、会話が顧客満足度とロイヤリティの究極のけん引役となることを知っています。お客様がこの困難な時期を乗り越えようとしているときに御社ともつ会話は、御社ブランドについてどのような印象を抱くか、御社との付き合いをどう続けるかに長期的な効果を及ぼすことでしょう。

お客様に発生する新たなニーズに共感と理解を持って対応することができれば、エージェントは在宅勤務という状況にあっても、コンタクトセンター勤務でも効果的に、生産的に働けるようになり、低コストで質の高いエクスペリエンスを実現する訳に立ちます。今こそ、コンタクトセンターを CSA で変革する時です。AI とオートメーションには、会話を中心としたアプローチを使ってこそ、カスタマーエクスペリエンスでリードする企業がまだ見ぬ将来がどのようになろうとも強く前進するために必要な事業価値を実現します。

Uniphore が御社のコンタクトセンターとカスタマーエクスペリエンスを変革する方法について、ぜひお問い合わせください。



Uniphore について

Uniphore は、人工知能とオートメーション技術、機械学習を組み合わせた CSA（全会話サービスオートメーション）のグローバルリーダーです。Uniphore は、会話にフォーカスすることにより、人間とマシン間のギャップを埋め、旧式のカスタマーサービスモデルを破壊的に変革しています。弊社は全ての通話で全ての声に真摯に耳を傾けることを可能にします。

Uniphore は、柔軟なプラットフォーム全体にわたって数々のソリューションを提供し、企業が優れたカスタマーエクスペリエンスを提供することを可能にしています。これには、インテリジェントな会話セルフサービス、リアルタイムの会話分析、多用途のエージェント助手機能、意図の検知が含まれます。会話サービスオートメーションにより、企業はお客様との関係を密にして効果的にロイヤリティを構築し、カスタマーエクスペリエンスを向上させ、運用の効率化を実現することが可能になりました。

詳細については、

ウェブサイト www.uniphore.com と右記 SNS で提供しています。

