

uniphore 

会話型AIと自動化が カスタマーサービスを 変革する

コンタクトセンターのための
自動化ロードマップ



はじめに

新型コロナウイルス感染症の世界的大流行の間、最も被害を受けたビジネス分野の1つがコンタクトセンターでした。コンタクトセンターとそのオペレーターは、実店舗から在宅勤務モデルへの突然の一括移行に始まり、電話、ショートメール、チャット、メール、ビデオ対応が殺到する中、業務を維持するための膨大な課題に直面しました。その結果は輝かしいといったものとは程遠く、消費者ブランドの大半が、顧客満足度の低下を経験しました。

2020年11月に米国の消費者を対象にUniphoreが実施した調査によると、電話の保留時間は2020年3月から50%増加し、消費者の半数以上(53%)が応答してもらえるまで30分以上待っていたことがわかりました。これがカスタマーサービスが提供できる最善の対応と言えるでしょうか？

パンデミックの発生から1年が経過しても、多くの企業は、効果的な業務の拡張や変革ができず、どっちつかずの状態のままです。こうした企業に必要なのは、会話型AI(人工知能)とオートメーションによってお客様とオペレーターの体験を変革し、処理量を引き上げる拡張性をもたらし、費用効果を高めて、コンタクトセンターの本来の目的を達成する成果をもたらす、未来のカスタマーサービスへのロードマップです。

コンタクトセンターの世界は、先進のAI技術の適用において極めて重要な分岐点にあります。企業やコンタクトセンターは、今すぐ会話型AIとオートメーションの導入に着手しなければ、パンデミックによる弱体化から立ち直れず、効果的に競争できなくなるリスクがあります。これには、これらの技術をコンタクトセンター業務の中心に据え、会話型AIとオートメーションを導入して戦略的に転機をもたらす成果を達成する大胆な措置が必要です。

このホワイトペーパーでは、このような大胆な措置が何なのか、またどのようなビジネス価値を生み出すことができるのかを概説します。



"オートメーション、人工知能、機械学習は、インターネットが
かつてそうしたように、ビジネスや世界に大きな影響を
及ぼすでしょう"

ジョン・T・チェンバース

JC2ベンチャーズ創設者兼CEO、シスコシステムズ元執行会長兼CEO、Uniphore取締役



コンタクトセンターが主要な収益チャネルに昇格

何十年もの間、コンタクトセンターは、単なるコストセンターではなく、ビジネスの重要な収益源であることを立証しようとしてきました。一部のコンタクトセンターはこの点において会社の意識を変えることに成功しましたが、大半は主要な収益源に相応しい評価やビジネスサイドのサポートを得ることができませんでした。

時代は確かに変わりました。パンデミックは、お客様のブランドとの関わり方を劇的に変え、コンタクトセンターを収益の主要な推進力としての役割に押し上げました。

コンバージス社の前社長兼CEOで、Uniphoreの現取締役アンドレア・エアーズは、「コンタクトセンターは多くの企業にとって最大の収益センターになりました。パンデミックが発生したとき、ほとんどのコンタクトセンターは、お客様とオペレーターをつなぐネットワークなどへの投資に注力していました。今、これらのコンタクトセンターが力強い収益成長路線に戻り、これを維持する機会を活用したいのであれば、投資の焦点をAIや自動化ソリューションに移す必要があります」と述べています。

実際、パンデミックからたくましく立ち上がるには、コンタクトセンターは、従来の関係強化のためのシステムを超える、全ての会話を自動化し、パーソナライズし、最適化するインテリジェンスシステムに移行してお客様とオペレーターの体験を改善する必要があります。インテリジェンスシステムの基盤に最適なのは、会話中心のプラットフォームに会話型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組み合わせた全会話サービスオートメーションです。

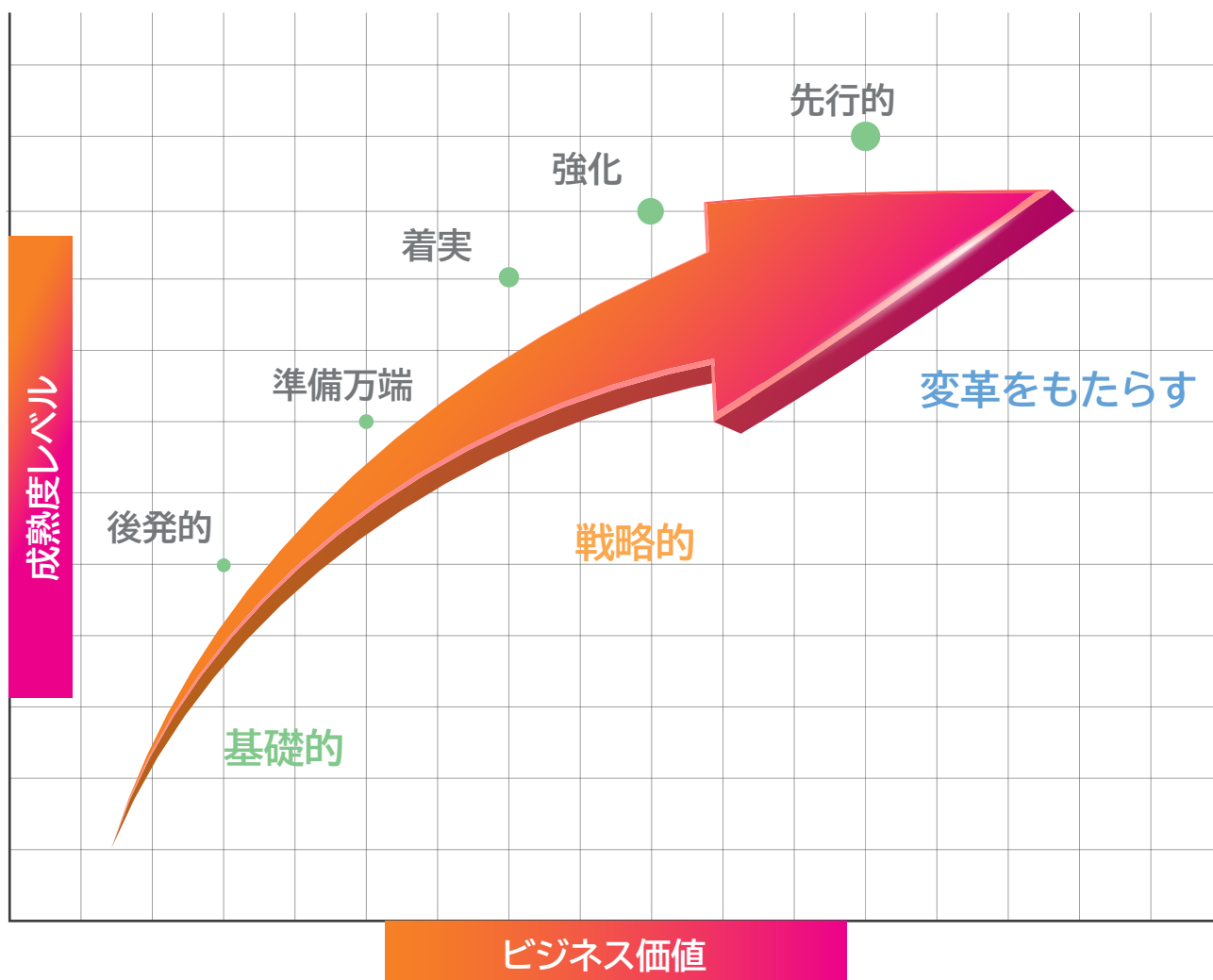
CSAを導入すれば、コンタクトセンターは、オートメーション導入に重要なステップを基礎的なものから戦略的なもの、変革をもたらすものへと、容易に進めることができ、初期のプロジェクトで得られたコスト節減を、持続的なビジネス価値を実現する新たな取り組みに回すことができます。

価値創造ツールとしてのAI

"様々な業界からの回答者の中には、EBIT(自社の利払前税引前利益)の20%以上をAIに依存している企業が少なからず存在する。これらの企業は、新型コロナウイルスの世界的流行とそれに伴うあらゆるデジタル化の加速に対応して、AIへの投資を増額する計画です"

出典: "The State of AI in 2020," マッキンゼー・アンド・カンパニー、2020年11月

オートメーションの成熟度曲線



基礎的なオートメーションから始める

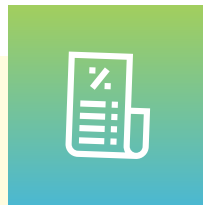
インターネットが普及を始めてからの10年間、インターネットは主に注文入力のような反復的作業を手作業の代わりに自動化する手段と捉えられていました。それが今では私たちの日常生活の一部となり、当初は想像すらできなかった様々な方法で価値を提供しています。

同様に、会話型AIやオートメーションに着手しようとしている企業は、特定の高価値ではない対応や会話を自動化することで、コンタクトセンターのコストを削減しながら、拡張性とオペレーターの効率を向上させることからスタートすることができます。

このような初期のプロジェクトでは、セルフサービスを自動化して、コンタクトセンターのコール量と平均処理時間を削減することがよく行われます。企業が自動化できる会話には次のようなものがあります。



金融機関に属する
最寄りのATMの
検索



電気通信事業者の
料金支払やサービス
乗り換え



医療保険機関
での健康保険
の照会

コンタクトセンターは、適切なCSAプラットフォームを使用することで、顧客体験に悪影響を及ぼすことなく、測定可能で持続可能な効率改善とコスト削減を図ることができます。これは、CSAがお客様のセンチメントや意図を把握するためセルフサービスの自動化率が上がり、お客様が手助けを必要とする場合にはセルフサービスからオペレーターに状況を伝えることができるからです。このプラットフォームは通話処理時間を短縮し、お客様とオペレーターの双方にストレスのない体験を提供します。

さらに重要なのは、CSAプラットフォームは、AIのポイントソリューションとは異なり、コスト管理以外にもオートメーションの進化や拡張に必要な運用のバックボーンを形成している点です。この機能はきわめて重要です。コンタクトセンターは自動化を最初の段階で止めるわけにはいかないからです。

コンタクトセンターでは、AIによるオートメーションを会話全体に適用し続けて、収益と顧客満足度を高めることのできる戦略的な成果を達成しなければなりません。自動化の基礎レベルで節減したコストは、ロードマップの次のステップの資金に充当することができます。

コンタクトセンターの自動化はAIのトップユースケース

マッキンゼー・アンド・カンパニーの調査では、企業の50%がAIを少なくとも1つのビジネス機能に採用しています。コンタクトセンターの自動化は、大幅なコスト削減につながったユースケースのトップ3の1つでした。

出典：“The State of AI in 2020” マッキンゼー・アンド・カンパニー、2020年11月



戦略的自動化への移行

次のステップは、AIとオートメーションの利用を拡大して、収益、顧客満足度、顧客ロイヤリティなどの戦略的なビジネス成果を出すことです。これには人の言葉のニュアンスや複雑な発話パターンを把握し、オペレーターとお客様の体験を改善できる先進の会話型AIが必要です。

コンタクトセンターは、CSAプラットフォームの運用のバックボーンを利用することにより、オペレーターの生産性と共感性を高めつつ、顧客体験をパーソナライズすることで全ての会話を最適化することができます。お客様の真の意図、感情、言外のニーズを把握できるCSAプラットフォームにより、コンタクトセンターは対話形式の体験を提供し、顧客満足度とNPS(ネットプロモータースコア)を引き上げることができます。

戦略的自動化の例:

通話中のオペレーターへの自動制御による支援:

リアルタイムで会話を分析し、次善策についての警告やガイダンスをオペレーターに提供します。AIと機械学習の組み合わせにより、お客様の意図と心理を理解し、問い合わせを迅速かつ効率的に解決して、オペレーターとお客様の両方の体験を改善し、収益を上げることができます。

後処理作業の自動化: AIとオートメーションを活用して後処理作業を減少させると、平均通話待ち時間を短縮する一方で平均処理時間を2.5分から30秒に短縮するため、大幅な効率化と投資収益率の向上を実現します。CSAは、通話をリアルタイムで自動的に傾聴して文字起こし、通話終了後にコール要約を提示し、オペレーターが編集・確認した後、関連システムを自動更新します。通話中の顧客体験は対話形式で維持される一方で、エラーも削減され、通話後の適切な後処理作業の完了に必要な時間も短縮されます。

約束の管理: 約束の管理はオートメーションの新たな分野で、リピートコールやオペレーターの労力を削減する一方で顧客満足度の向上に役立ちます。コンタクトセンターは、CSAプラットフォーム内でRPAを使用して約束の管理を自動化することにより、オペレーターとお客様の会話の中で交わされた約束を抽出し、追跡管理し、履行することができるため、フロントオフィスとバックオフィスの業務を連携させ、自動化を実現することができます。このプラットフォームは、通話中にオペレーターが行った約束やコミットメントをリアルタイムで追跡管理し、通話終了直後にお客様の期待するものを確認し、通話後にその履行を管理します。

2020年11月に米国の消費者を対象に行ったUniphoreの調査によると、コンタクトセンターを利用した人の84%以上が、何らかの継続作業や作業の完了を期待していることが明らかになりました。膨大なコール量と各対応で交わされた約束の数を考えると、これらを正確かつ可能な限りタイムリーに追跡して履行することは、手作業の場合、途方もない労力を要します。

Uniphoreが2020年12月に実施した調査では、コンタクトセンターの67%が約束管理を自動化する利点を実感して、約束管理のソリューションに非常に価値があると回答し、さらに31%がやや価値があると回答しました。



マイナス感情を推薦マインドに変える

"ここ数年、コンタクトセンターは顧客満足度の向上に集中しすぎていました。それよりも、マイナス感情を抱いている企業のNPS(ネット・プロモーター・スコア)に影響を与える人に焦点を当てるべきです。マイナス感情の原因となるものの一つに、約束の未履行があります。約束の抽出、追跡、完了を自動的に行うことで、RPAの力を活用し、マイナス感情を抱く人の数を減らし、NPSを向上させることができます。"

— NTTデータサービス、ダイナミック・ワークスペース・サービス&ビジネス・プロセス・アウトソーシング担当
エグゼクティブ・バイス・プレジデントTanvir Khan氏



変革をもたらすオートメーションの実現

オートメーションの最初の2つのフェーズは、コンタクトセンター内で人間が日常的に行う活動や作業を自動化することに焦点が置かれていました。第3フェーズでは、オートメーションを新たなレベルに引き上げます。何百万件ものコールの分析に基づいて特定の行動やパターンを予測するなどといった、人間にできないことを処理し、顧客体験を向上させて収益を上げる、あるいは解約を減少させるなどコンタクトセンター本来の目的を推進します。

CSAは、NLP(自然言語処理)と会話型AIを用いて、電話、メール、メッセージングの各チャネルにおけるお客様とのやり取りを100%分析し、パターン、トレンド、トピックなどに関する実用的なインサイトを抽出します。対応後のリアルタイム分析を利用してオペレーションを変革し、ビジネス価値を高めることができるアプリケーションやユースケースには次のようなものがあります。

リテール業界における不正行為の検知: AIは、リテール企業の不正行為に関連する行動パターンや傾向の特定に役立ち、ブランドが高い精度で不正行為を早期発見し、損失を減らして利益を守ることを可能にします。

医療保険者による請求額の過払い防止: 会話型AIとNLPは、対応の文字起こしを生成し、関連する情報を抽出して、健康保険の仮プランと医療費請求見積を作成することができます。請求見積を、実際に届いた請求額と比較することができ、過払いの可能性がある場合は、その発生前に自動的に警告できます。

保険における請求拒否のパターンの特定: 会話型AIとNLPは、保険金請求者とのやりとりの分析に基づいて、保険金請求拒否のパターンや傾向を特定し、その洞察をもとに最適なソリューションをオペレーターに提示して、解決を早めつつ、顧客満足度を確保することができます。

電気通信業界におけるお客様の解約理由の洞察: AIとNLPを活用して、通信事業者はお客様解約理由を特定し、その洞察をオペレーターへの自動制御によるコーチングガイダンスに適用して、多くのお客様をつなぎとめることができます。

銀行の営業効果の向上: AIは、キャッシュフローの傾向などのパターンや変化を特定することにより、特定のお客様にとって最も関連性が高く有益な商品やサービスについて、オペレーターにリアルタイムで助言することができるため、乗り換えや顧客満足度の改善につながります。

オートメーションがレジリエンス性を改善する

バインアンドカンパニーは、“パンデミックの前からオートメーションへの投資を増額していた企業は、他の企業に比べて危機をうまく切り抜けた”と述べています。この経営コンサルタント会社実施したオートメーションに関する調査では、これらの企業は、他社と比べて高い収益を上げ、サプライチェーンや従業員の生産性、需要においても混乱が少なかったと報告されています。

“もはや主目的はコスト削減ではなくなりました。企業は、ビジネスの回復力を強化し、リスクを緩和し、ビジネス面で有用な洞察を容易に生成するために、オートメーションの導入をますます進めています”

出典: “A New Dawn for Automation” マイケル・ハリック及びプルナ・ドッダパネニ、バインアンドカンパニー、2020年10月

結論

会話型AIとRPA、NLP、オートメーションは、カスタマーサービスの未来を変えつつあります。それは、オペレーターの代わりとしてではなく、オペレーターの能力を高める力となってお客様とオペレーターの両方により良い体験を実現するからです。CSAプラットフォームを使用して変革をもたらすオートメーションを実現すれば、カスタマーサービスはより利便性が高く、高速で、対応に優れ、パーソナライズを実現するものとなり、企業は収益の増加、顧客満足度やロイヤリティの向上という形でビジネス価値を得ることができます。

Uniphoreは、企業がオートメーションへの道のりのどの地点にあっても、ストレスのない顧客体験の提供に役立ち、カスタマーサービスを不採算業務から高収益業務へと転換させることができます。当社はUniphore全会話型サービス・オートメーション・プラットフォームにより人とマシンの橋渡しをし、旧式のコンタクトセンターモデルを壊して、カスタマーサービスの新たな基準を作ります。

詳細情報については、[Uniphoreの全会話サービス・オートメーション・プラットフォーム](#) をご参照ください。





Uniphoreについて

Uniphoreは、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。The Company's vision is to disrupt an outdated customer service model by bridging the gap between human and machine using voice, AI and automation to ensure that every voice, on every call, is truly heard.

Uniphore enables businesses globally to deliver transformational customer service by providing an automation platform where digital agents take over transactional conversations from humans, coach agents during calls, and accurately predict language, emotion and intent. All in real-time. 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。

