



uniphore 

3

通信系コンタクト
センターの体験に
**技術革新が大変革
をもたらす**



エグゼクティブサマリー

新型コロナウイルス感染症が世界的に大流行している間、企業も個人も信頼できるセキュアな接続を通信業界に依存してニーズを満たしていました。在宅勤務や在宅学習が義務付けられたため、高速インターネットサービスからビデオ会議に至るまで業務とパーソナルの需要が増えました。

通信企業も、変化し続ける要件に対応するにはテクノロジーの革新が極めて重要であることを認識し、デジタル変革の加速化に本腰を入れました。

[2020年のTelecoms.comによるIntelligence Annual Industry Survey](#)の中で、回答者の四分之三は、このパンデミックの間にデジタル変革を維持した、または増進させたと回答しました。

業界がパンデミックから浮上するにつれ、デジタル技術の重要性は増すばかりです。通信事業者にとってデジタル変革の課題解決を加速化することは、今後の回復と成長の鈍化が予想される期間に効率を上げ、コストを抑えるために絶対不可欠です。

[Analysis Masonのアナリスト](#)によると、2020年の通信業界の収益は、2019年との比較で2.7%、金額にして430億ドル減少するとのことです。2021年には若干1%の伸びが予想されているものの、通信業界全体が2019年の水準に戻るのは2023年と予想されています。5G接続サービスは有望ではあるものの、短期間にARPU(ユーザー一人当たりの売上)が上昇することは見込めません。



顧客体験の改善により 業務の混乱を回避する

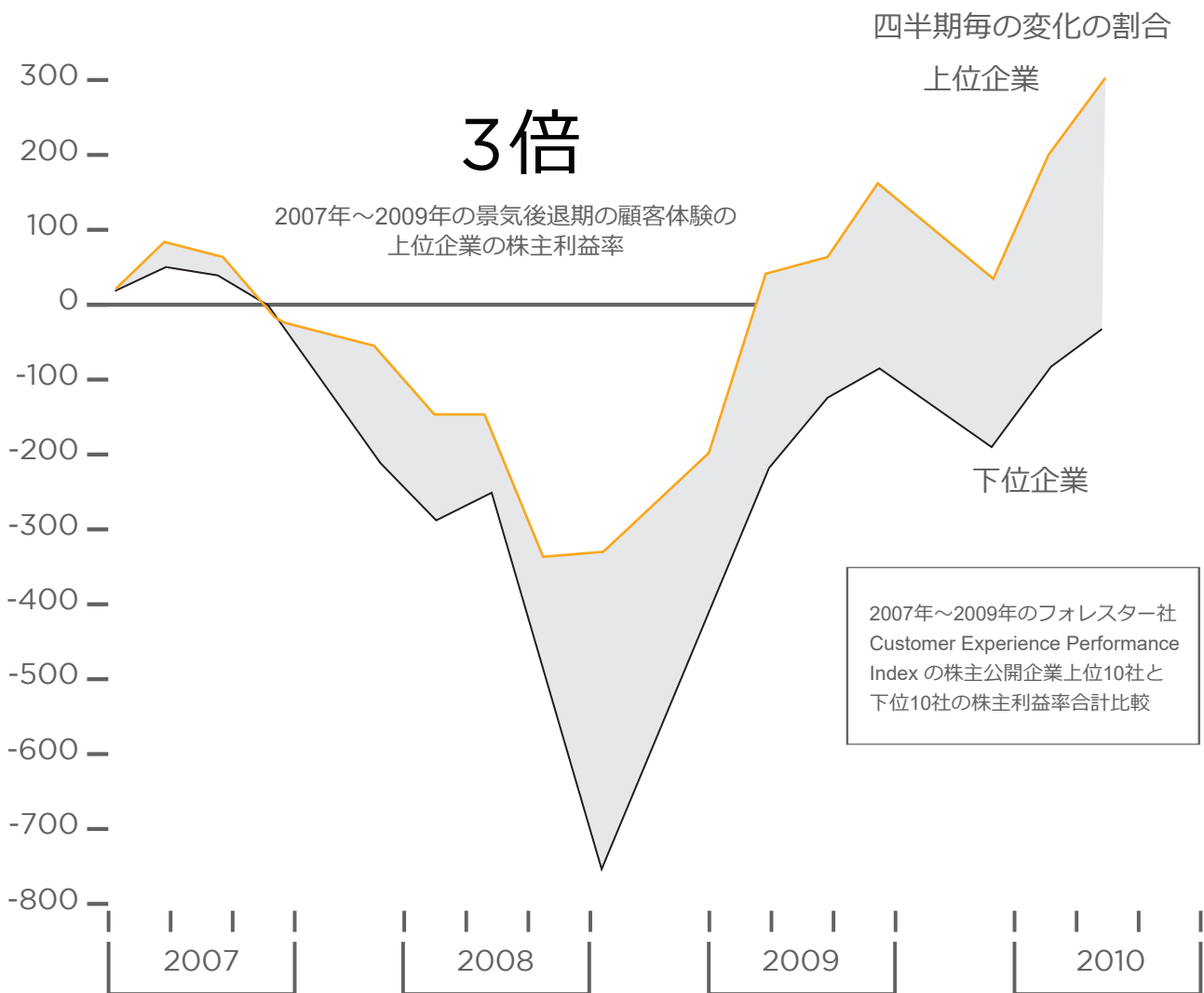
調査結果から、通信企業の上級管理者の三分の二以上が顧客体験を戦略上の最優先課題と言及していることがわかっています。さらに、EYが実施したGlobal Telecommunications Study 2019によると、通信企業管理者は顧客体験と顧客サポートを分析とAIの導入を推進するうえでの最重要のユースケースと特定しています。

それにもかかわらず依然として通信会社全体のNPS(ネット・プロモーター・スコア)は、あらゆる業界の中でも最下位です。



競争の激しい市場で他社と差別化するには、通信企業は顧客体験の改善に迅速に対応しつつ、社員が新たな在宅勤務環境で成功体験を得られるように力になり、企業のセキュリティも保護する必要があります。別の景気停滞期からの知見も、この重要性を明確に示しています。フォレスター・リサーチのデータに基づいて、マッキンゼー・アンド・カンパニーは、2007年～2009年の景気後退期に顧客体験で上位にランキングされる企業が生み出した株主利益が、出遅れた企業の3倍だったと発見しています。

顧客体験の上位企業と下位企業の株主利益率合計



出展: "Adapting Customer Experience in the Time of Coronavirus" マッキンゼー・アンド・カンパニー、2020年4月



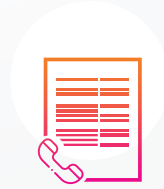
顧客体験に影響を及ぼす極めて重要なエリアの一つとして、コンタクトセンターは高いROI(投資収益率)を実現します。

企業は、AHT(平均処理時間)と通話待ち時間を短縮し、顧客満足度を引き上げることを目的に、先進の技術を導入してコンタクトセンターの設備を刷新することに注目しています。

今後、コンタクトセンターを通して顧客価値を引き上げ、競争優位を達成するために企業が継続できる三つの主なエリアには次のものがあります。



顧客セルフサービス



(ACW)後処理作業



対応後分析

フォレスター・リサーチによると、通信企業は顧客体験を1ポイント改善するだけで、ARPUを3.39ドル引き上げることができます。



AIと自然言語処理でセルフサービスのオプションを追加する

企業は、一般的な対応をIVA(インテリジェント・バーチャル・アシスタント)のようなセルフ・サービス・チャンネルを用いて自動化すると、顧客体験をより良いものへと引き上げることができます。IVAは、チャットボットや音声ボットなどにAIと自然言語処理技術を活用して、お客様自身で単純明快な問題を迅速かつ容易に解決できるよう手助けします。通信会社がIVAを利用できるカスタマージャーニーの例には、支払、基本的なサービス関連の問題解決、注文処理の状況確認や工事のスケジュール設定等があります。

アクセンチュアは、“[COVID-19 Responsive Customer Service in Times of Change](#)”と題するレポートの中で、今こそまさに企業がAIを強化してコンタクトセンター内に、スピードを多段階調節できる人とマシンの協働体制を作るべきだと述べています。AI技術で構築されたバーチャルエージェントを活用すれば、通信企業は、即時オンデマンドで利用可能なサービスを提供することができ、顧客ニーズを満たすことができるようになります。

このようなタイプの会話AIを駆使したセルフサービスは、問題解決までの時間を短縮するため顧客満足度とロイヤリティを高める一方で、オペレーターの定型業務をなくし、サービスコストを低減させることができます。



ACWを自動化して直ちにROIを実現する

ACW(後処理作業)は、コンタクトセンターの中心となる構成要素であり、相当な量のオペレーターの時間と注意力を要します。ACWでは、オペレーターは、1回の通話が終了する毎に対応の詳細を正確に要約することを求められ、この作業を完了するまで次のコールに接続できません。ACWはまた、コールセンターのAHT(平均処理時間)の一部とみなされ、Call Centre Helperが提要するErlang Calculator(アーラン計算機)によると、複数の業界と地域で約6分以上と推定されます。

このように時間を要する労働集約型の作業であるのに加え、ACWは間違いの元ともなります。情報は不整合を起こすと、その価値が下がります。要約内容はオペレーターによっても変わります。人によって状況の評価の仕方はばらつきがちだからです。また、通話の後に予期せぬ中断が入った結果、オペレーターのまとめ作業が少し遅れると、重要なポイントを忘れてしまうことにもなります。

オートメーションでACWを活用すると、オペレーターの業績は改善し、お客様にもより良いサービスを提供できるため、通信企業は直ちにROIを実現できます。その理由は次の通りです。

次のシナリオを考えてみてください。あるオペレーターがお客様のコールを受け付けると、総合的に視覚化されたダッシュボードが開き、会話がスタートします。話し合いになると、システムは自動的に会話を文字に起こし、対話の重要な洞察をキャプチャします。システムはリアルタイム会話分析を適用してオペレーターと



お客様の会話を傾聴し、お客様の心理やコール理由を読み取ってオペレーターにアラートを発し、コール中にその会話に対処する最善方法を指導します。

さらに、緊急の場合にはスーパーバイザーが直ちに接続され、ダッシュボードにも即時アクセスが提供されるため、スーパーバイザーも必要に応じて介入し、オペレーターを支援することができます。これも顧客体験の改善に役立ちます。

コール理由や成果のような主な会話詳細のキャプチャに加え、リアルタイムの文字起こし技術は通話が終わると総合的な要約を提供します。オペレーターは、必要に応じてその要約を編集したり、CRMやその他の社内システムに瞬時にアップロードすることができるため、データの精度も増します。

文字起こし技術は、オペレーターがデータ入力している間の待ち時間もなくすのに加え、将来の対応に備えて会話を適切に文書記録として残すことも保証します。今日のお客様は、企業側が自分の事を把握していることを期待しているため、対応の都度それまでの経緯を改めて話すことを嫌がるのです。

このプロセスを自動化すると、オペレーターのACW所要時間を劇的に削減することができるため、生産性は上がり、ATHも短縮することができます。自動化により、企業はACWに費やしていた時間を先に述べた平均6分から約1分短縮することができます。この時間の節約により、オペレーターは、素早く他のお客様のサポートに回ることができるため、お客様の保留時間も減少します。

さらに、システムは自動的に通話を要約するため、オペレーターはカスタマーサービスとカスタマーケアのパーソナライズに集中できるようになります。

調査によると、通信事業者はACWに平均2分30秒費やしています。要約作業を会話分析、AIとNLPにより自動化すると、通信事業者はACWの所要時間を80%大幅に削減しつつ、精度を上げることが可能となります。



応対後分析をAI(人工知能)で改善する

一回一回のお客様対応からデータを容易に自動で抽出し、この調査結果を用いて業務効率を改善することができた場合の膨大な利益を考えてみてください。AIベースの分析を利用すると、通信企業はコンタクトセンター業務をさらに変革することが可能となります。AIの能力は応対後分析の価値を高めるため、通信企業は下記を実現できます。



AIが提供する洞察を利用すれば、通信事業者は最も重要な問題を特定して計画や運用上の改善に適切な措置を判断することができます。様々なシステムをしらみつぶしに調べたり、何千もの要約をレビューしてデータを引き出すまでもなく、この情報がすぐ使える状態で手元に提供されるからです。

企業は、お客様とオペレーターの接触が音声、メール、チャットのいずれから生じたかに関係なく、お客様とオペレーターを中心としたパターンを検知することもできます。これにより、顧客体験を最適化するうえで会話中における潜在的な差し障りのポイントを特定することができます。



応対後分析を顧客対応の100%に対して自動化することにより、業務の中でお客様フィードバックの傾向を見つけ、お客様基盤全体でなかなか解決に至らない問題も見極めることができるため、こうした問題をデジタル体験の中で対処し、改善し、次のような疑問への答えを見つけることができます。

お客様の一番の不満は何か？

なぜほとんどのお客様がキャンセルするのか？

オペレーターが自動要約を変更する頻度はどれくらいか、また、どのように変更するのか？

最も多く発生するコール分類は何か？

機械学習が提供する能力は、通信企業に物事を見る新たな視点を提供し、既存のシステムとデータから新たな価値を引き出します。お客様の要望や繰り返される問題をより良く把握することにより、企業は知識基盤を構築し、既存のプロセスを改善することができるようになるため、効率を改善し、顧客解約率を減少することが可能となります。



デジタル技術を適用して優れた顧客体験を実現する

デジタルの先端企業として、通信事業者は新たなデジタル事業戦略を革新し、適用する必要があります。最も重要なのは、自然言語処理、リアルタイム文字起こしの自動化、AI等、顧客体験のパーソナル化を推進すると同時に日常的な処理業務を自動化してオペレーターの作業効率と業績を向上させることを容易にする技術です。

自動制御が可能な最新の手法を取ることで、企業はコールセンター業務の効率を最大化し、生産性を上げることができます。初回通話での解決をスピード化することにより、通信企業は社員の生産性を高め、コンタクトセンターの費用を低減させることが可能となります。ACWを自動化すると、直ちに効率化による利益を実現し、AHTを低減させるのに加え、応対後分析により、通信企業は業務システムをさらなる最適化と改善を可能にするデータにアクセスできるようになります。

中でも最も重要なのは、この種のデジタル技術を導入することにより、通信企業が優れたセキュアな顧客体験を実現できるということです。業務担当チームも、問題を素早く解決し、高品質なサービスを実現する力が得られるため、成長が鈍化する不確実性の時代のさなかにあっても、お客様のロイヤリティを高めることが可能となります。