



## > CXの4つの柱

将来を見据えたコンタクトセンターへの4つのステップ

## > 4つの柱



顧客エクスペリエンス (CX:Customer Experience) の分野は絶えず進化しています。競争優位を保ち、顧客の満足を得ることは、消費者の嗜好の変化、規制の変更、話題の新AIテクノロジーにより、かつてなく困難になっています。新しいツールやチャネルに対応するたびにテクノロジー スタックに手をいれていると、すぐに馬鹿にならない費用がかかります。

CXを変革するだけでなく、テクノロジー スタック全体を最先端に保つための変革が必要であり、その変革のエバーグリーン化が必要です。ビジネスに合わせて拡張し、変化する顧客の期待に応えるために、常に最新の状態である将来を見据えたコンタクトセンターが必要です。

エバーグリーン (常緑樹のようにいつまでも活性している) コンタクトセンターを構築するための最初のステップは、CXの4つの柱、デジタル・シフト、カスタマー・データ・プラットフォーム、インテリジェント・オートメーション、デジタル・カスタマーを理解することです。これら4つの主要な焦点は、CX分野の最も差し迫ったトレンド、つまりクラウド移行、オムニデータ・インタラクション、会話型AI、および「モノのインターネット」に対応しています。これら4つの柱を中心にCX戦略を構築することで、どのような将来でも顧客の期待を上回る準備が整った、エバーグリーンコンタクトセンターへの旅が始まります。

このホワイトペーパーでは、CXの4つの柱について説明します。4つの柱の実装、ユースケース、そして4つの柱を簡単に実現するCXテクノロジーについて、ステップバイステップでガイドします。



## CXの4つの柱

- デジタル・シフト
- カスタマー・データ・プラットフォーム
- インテリジェント・オートメーション
- デジタル・カスタマー

## > 柱1: デジタル・シフト



顧客は、いつでも、どこでも、好きな方法で企業に連絡できるチャンネルの選択肢を求めています。

顧客は、いつでも、どこでも、好きな方法で企業に連絡できるチャンネルの選択肢を求めています。これを実現できない場合、顧客の信頼を失い、ビジネスを失い、収益も悪化します。

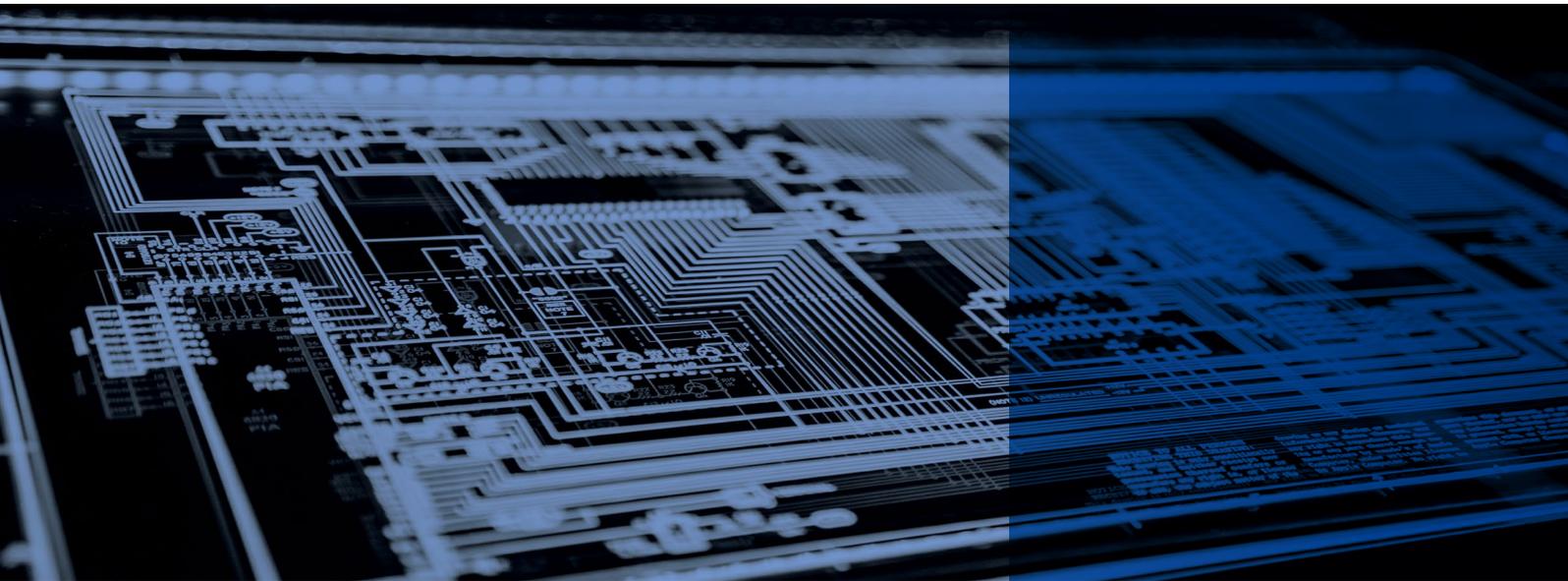
エバーグリーンコンタクトセンターは、定義上、デジタルです。そして、デジタルであるだけでなく、クラウドベースです。コンタクトセンターが「デジタル」であることは、今日のニーズを満たすだけでなく、将来のニーズにもシームレスに適応するためにも不可欠です。テクノロジーの急速な普及とそれに伴う需要の変化により、変革は今や連続的になっています。企業側の適応も連続的である必要があります。従来のオンプレミスの立場からこの課題を克服するのは困難で、反復的な変更を実装することはほぼ不可能です。これは、デジタル・シフトを受け入れることの重要性を強調しています。

デジタル・シフトを実現すると、インターネット対応のデバイスを介してどこからでもクラウドベースのCXソリューションにアクセスできるようになります。これにより、従業員がどれだけ分散していても、コンタクトセンターが統合された状態を維持できます。ビジネスが成長するにつれて、コンタクトセンターもそれに合わせて成長する必要があります。クラウドソリューションを使用すると、ボタンをクリックするだけで新しいヒューマン エージェントとマシン エージェントを追加できるため、短期間でスケールアップおよびスケールダウンできます。

エバーグリーンコンタクトセンターはオムニチャンネルです。顧客は、いつでもどこからでも、好みのチャンネルで企業に連絡できます。顧客とのコンタクトは、エンゲージメントのメカニズムに関係なく、単一のインターフェース上で、統一された360度の顧客イメージが作成されます。

分散型でスケラブルでチャンネルに依存しないCXを実現するには、クラウド移行とデジタル チャンネル拡張を通じてデジタル シフトを取り入れる必要があります。これにより、真にエバーグリーンなCXソリューションが可能になります。新しいテクノロジーが統合されると、それらのテクノロジーに即座にアクセスできるようになり、進化する市場で顧客の期待に応えられます。

## ▶ 柱2 : カスタマー・データ・プラットフォーム



クラウドに移行し、幅広いデジタル チャンネルを組み込んだら、顧客が忘れることのないポジティブな体験の提供に注力する番です。忘れられない体験にはパーソナライゼーションが必要であり、そのためにはITシナジーが必要です。あらゆる記録システムやデバイスからの顧客データを、1つの場所に一貫した形式で統合し、顧客とのやり取りをサポートするために展開する必要があります。

コンタクトセンターにはカスタマー・データ・プラットフォームが必要です。これは、すべての顧客データとやり取り履歴が取り込まれた単一のプラットフォームです。サードパーティの記録システムをシームレスに統合し、既存のインフラをオーバーレイします。一元化されると、顧客データはスクリーン ポップを通じてエージェントに提供され、エージェントはやり取りの開始時から重要な顧客のコンテキストにアクセスできます。このデータはオムニチャンネルです。あらゆるチャネルでのやり取りを取り込み、あらゆるエンゲージメント ソースからのやり取り履歴が組み込まれます。

カスタマー・データ・プラットフォームは、エージェントをサポートするだけではありません。データはアウトバウンド キャンペーンの推進に使用でき、記録システムから見込み客のリストをすべての付随メモとともに取得できます。マシン エージェントやチャットボットを補完して、本物のように感じられる自動化されパーソナライズされたやり取りを作成できます。おそらく最も重要なのは、この信頼性が高く、一貫して提示されるデータがAIモデル構築の基礎となることです。

カスタマー・データ・プラットフォームは、コンタクトセンターのさまざまな効率化につながります。単一のインターフェース内でデータを統合し、そのデータを使用してエージェントに力を与え、エージェントの負担を軽減するAI主導のやり取りをサポートします。



あらゆる記録システムやデバイスからの顧客データを、1つの場所に一貫した形式で統合し、顧客とのやり取りをサポートするために展開する必要があります。

## > 柱3：インテリジェント・オートメーション



コンタクトセンターは10年以上にわたってAIの実用化をリードしてきましたが、この傾向は今後も変わりそうにありません。

デジタル・シフトとカスタマー・データ・プラットフォームは、エバーグリーンCXの基盤を構成します。最初の2つの柱がしっかりと根付いたら、その成果を享受し始める時です。コンタクトセンターは10年以上にわたってAIの実用化をリードしてきましたが、この傾向は今後も変わりそうにありません。最近、生成AIとチャットボットへの関心が急速に高まっており、AIは実用的な必需品であるだけでなく、顧客もそれを期待するようになりました。

インテリジェント・オートメーションは、コンタクトセンター全体のさまざまな役割でAIを活用します。最初の役割は顧客対応です。顧客が最初に企業に連絡すると、自然言語処理(NLP: Natural Language Processing)が顧客の意図を判断し、それに応じてルーティングします。NLPとは、AIモデルが非構造化テキストから意味を抽出するために使用するメカニズムを指します。AIはキーワードだけでなく、口調や感情も拾い上げ、顧客を記録システム内の関連データと照合して、適切な行動方針を決定します。その方針が決まると、AIは人間のエージェントにエスカレーションするか、アドバイスを提供するか、セルフサービス オプションに誘導することができます。このプロセス全体を通じて、マシン エージェントは顧客をガイドしてサポートし、最小限の労力で問題を解決できるようにします。必要に応じて、マシン エージェントは適応型ペルソナを採用し、ターゲット ユーザーに合わせて言語とアプローチを変更できます。これにより、顧客の好みに合わせたエクスペリエンスが提供され、顧客は安心します。

顧客とのやり取り以外にも、インテリジェント・オートメーションはコンタクトセンターを他の側面で強化できます。AIを活用した予測とスケジュール設定により、最近の履歴に基づいて顧客の需要を予測し、その予測を満たすエージェント スケジュールを作成できます。これらのスケジュール設定では、エージェントの好みを考慮して「従業員の声」を反映すると共に、スーパーバイザーの時間を節約できます。ボタンをクリックするだけで新しいマシン エージェントを追加できるため、需要に合わせてコンタクトセンターを柔軟に拡張または縮小できます。

## ▶ 柱4：デジタル カスタマー



インテリジェント・オートメーションは、エバーグリーン コンタクトセンターを通じて実現できる数多くの次世代テクノロジーの1つにすぎません。2つ目は「デジタル・カスタマー」です。生活のあらゆる分野のデバイスがインターネット対応になりつつあります。スマート メーターは、エネルギー使用量データを公益事業者に直接継続的に報告します。スマート医療機器は、「バーチャル病棟」を通じてデータを病院のデータベースに直接アップロードできます。さらに将来を見据えると、スマート デバイスはカスタマー サービスに連絡して、人間の介入なしに自らの問題を診断し、技術サポートを求められることができるようになります。

この新しいデジタル世界に備えるには、コンタクトセンターが「モノのインターネット」と統合できる必要があります。顧客とのやり取りをサポートするとともに、自動化されたセルフ サービスを提供するには、顧客のデバイスからデータを即座に取得できる必要があります。



この新しいデジタル世界に備えるには、コンタクトセンターが「モノのインターネット」と統合できる必要があります。

## > CXの4つの柱とstorm®



### ディープ・インテグレーション

stormは、何百ものサードパーティ情報システムにリンクし、レガシーアーキテクチャを統合して、カスタマーサービスエージェントが情報に基づいたパーソナライズされたやり取りを大規模にリードできるようにします。



### オムニチャンネル・コミュニケーション

stormは、単一のクラウドプラットフォームとアーキテクチャを通じて、あらゆる規模の組織に、音声、メール、ビデオ、Webチャット、ソーシャルメディアなど、あらゆるチャンネルでシームレスな顧客エンゲージメントを実現する機能を提供します。



### インテリジェント・オートメーション

Content Guruは**brain®**を通じて、stormユーザー向けに生成AIテクノロジーの根底にある複雑さに対処し、導入の障壁を取り除き、セクターや規模に関係なくあらゆる組織が広く利用できるようにすることで、テクノロジーを「民主化」します。

CXの4つの柱は、エバーグリーンコンタクトセンターの基盤となります。**storm®**とその開発ロードマップは、4つの柱を中心に構築されており、現在および将来にわたって顧客に優れたエクスペリエンスを提供します。

**storm CONTACT™**は、Content GuruのクラウドベースのCXプラットフォームです。99.999%以上の可用性と比類のない拡張性を備えた**storm**を使用すると、いつでも、どこでも、どのような方法で顧客が連絡を取ったとしても、常に対応できます。すべてのチャンネルからの問い合わせがDTA®と呼ばれるエージェントインターフェイスに取り込まれ、やり取りは顧客データのスクリーンポップによってサポートされます。

**storm CKS®**は、Content Guruの顧客データプラットフォームです。既成またはカスタムな統合を通じて、サードパーティの記録システムからCKSにデータをプッシュおよびプルできます。また、「デジタル・カスタマー」からデータを取得することもできます。たとえば、ヘルスケア分野では、**storm CKS**は「仮想病棟」のバックボーンとして機能し、病院のデータベースとウェアラブルスマートデバイスによって生成された情報とを仲介し、コマンドセンターのヘルスケア専門家によるアクションをトリガーします。ユーティリティセクターでは、stormにより、プロバイダーは顧客のスマートメーターを通じてエネルギーネットワークの状態を確認し、エンジニアを派遣する前に報告された障害を確認できます。

**brain®**はContent GuruのAIツールキットであり、インテリジェント・オートメーションのパワーをもたらします。ボタンをクリックするだけで**storm Machine Agents®**を追加し、個客がセルフサービスで作業したり、IoTデバイスと自動的に対話したりできるようにします。

4つの柱を採用することで、今後何年にもわたってCXを最先端の状態に保つことができます。急速に進化する世界では、テクノロジーをエバーグリーンな状態に保つことがこれまで以上に重要になります。**storm**により、簡単にできます。



**Rakuten**  
**Communications**

<https://connect.rakuten.co.jp/storm/>

※このレポートは、最先端のイノベーションで最高のカスタマーエンゲージメントと  
カスタマーエクスペリエンスを実現するContent Guru,Ltd.が作成したものです。