



> KPIの維持

優れたCXの鍵となるコンタクトセンターKPI

＞ 優れたCXの鍵となるコンタクトセンターKPI



コンタクトセンターでは、効率がすべてです。電話は絶えずかかってきて、対応すべき顧客からの問い合わせは常に増えています。優れた顧客エクスペリエンス(CX:Customer Experience)は、顧客に対応するエージェントから始まります。エージェントを最大限に活用するには、エージェントのパフォーマンスを理解する必要があり、そのためには主要業績評価指標(KPI)に関する詳細な知識が必要です。

平均応答速度(ASA:Average Speed of Answer) からエージェント利用率(AUR:Agent Utilization Rate)まで、考えられるKPIは多岐にわたります。この分析の武器庫を習得するのは困難です。エージェントのパフォーマンスを測定するのに最も効果的な指標はどれでしょうか。これらの分析を1か所にまとめ、強力なCXの洞察を作成するにはどうすればよいでしょうか。

このホワイトペーパーでは、重要なKPIとその計算方法、および各ケースでの成功の基準について説明します。パフォーマンスを向上させる方法についてのガイダンスを提供し、その後、KPIの追跡を容易にするテクノロジーについて詳しく説明します。

エージェントは最も貴重な資産ですが、最大の出費でもあります。エージェントのエクスペリエンスを無視すると、代償が伴います。エージェントの交代にかかる平均コストは10,000~20,000ドル¹です。エージェントを最大限に活用することが最優先事項です。

従業員エクスペリエンス(EX:Employee Experience)は、顧客満足度と同じくらいビジネスにとって重要です。満足して熱心なエージェントは、顧客に優れたエクスペリエンスを提供します。エージェントを適切にエンゲージさせるには、意味のあるサポートを提供する必要があります。サポートには、必要なツールの提供からトレーニングやアドバイスの提供まで、さまざまな形があります。ただし、エージェントが必要とするサポートを正確に把握するには、コンタクトセンターのKPIを把握する必要があります。

どのKPIをモニターするかは、コンタクトセンターのニーズによって異なります。成功の形はセクターによって異なります。業界に関係なく、データに基づく洞察は、顧客が期待する優れたCXを提供するために不可欠です。¹



顧客は、オンラインチャットを使用する場合、

1分30秒

以内に応答を期待しています。



コンタクトセンターエージェントの交代にかかる平均コストは

20,000ドル

です。¹

¹ SWPP, What's the True Cost of Agent Attrition?

▶ 初回コンタクト解決率



コンタクトセンターは
初回コンタクト解決率

90%

を目指すべきです。

最も一般的に使用されるコンタクトセンターの指標の1つは、初回コンタクト解決率です。顧客が初めて連絡したときに問題を解決すると、さまざまなメリットがあります。迅速な解決に顧客が満足するだけでなく、エージェントが次のコンタクトに費やす時間が増えます。

初回コンタクト解決率:

初回コンタクトで解決した
通話の合計数

受信した通話の合計数

初回コンタクト解決率を高めることは、CXとEXの両方を向上させる優れた方法です。通常、コンタクトセンターは約**90%**を目指す必要があります。初回コンタクト解決率を向上させるために使用できるツールはいくつかありますが、顧客に関連するデータをエージェントに提供することは、最も信頼性の高いツールの1つです。やり取りの履歴やその他の関連情報に即座にアクセスすることで、エージェントは顧客のニーズをより深く理解し、初回でニーズを満たす可能性が高まります。



初回コンタクト解決率を
高めることは、CXとEXの
両方を向上させる優れた
方法です。

> 平均処理時間(Average Handling Time)



平均処理時間を短縮することは、コンタクトセンター全体の効率を向上させる優れた方法です。通常、保留時間と通話後作業を含む顧客とのやり取りは**8分30秒**続きます。ただし、短い通話が常に理想的であるとは限りません。通話時間が短いということは、エージェントが顧客の懸念に適切に対応できていないことを意味する場合があります。

同様に、より複雑な顧客からの問い合わせを処理するエージェントの平均時間は長くなります。将来的には、インテリジェント・オートメーションとセルフサービスにより、エージェントが処理しなければならない単純で反復的な通話の量が削減されるでしょう。その結果、エージェントは最も複雑なやり取りにのみ集中するため、平均処理時間が長くなる可能性があります。

AIを活用したプロアクティブなエンゲージメント

顧客はすぐに連絡がとれることを期待しています。エージェントがすべての顧客にできるだけ早く応答できるようにすることは、コンタクトセンターの管理者にとって重要な関心事項です。ここで平均処理時間が重要になります。顧客が保留になっている時間が長くなるほど、顧客の不満は高まります。エージェントが各顧客との通話と通話後の作業に費やす時間が長くなるほど、他の顧客が待ち行列で待たされる時間が長くなります。処理時間が長いということは、エージェントが問題の解決に苦勞していることを示しており、コンタクトセンターにとって大きな問題を意味する可能性があります。

平均処理時間:

$$\frac{\text{合計通話時間} + \text{合計保留時間} + \text{合計通話後作業時間}}{\text{通話総数}}$$

通話総数

ただし、通話時間だけに焦点を当てるべきではありません。通話後の作業は、平均処理時間を膨らませる隠れた障害です。エージェントは、通話後の書類の記入に勤務時間の半分以上を費やすことがよくあります。インテリジェント・オートメーションはここでも役立ちます。高度な録音および文字起こし機能を備えたAIアシスタントは、顧客の通話を聞き取り、重要なデータを自動的に収集して入力できます。通話の終了までに、通話後の事務処理はほぼ完了し、エージェントの時間を大幅に節約できます。

> 初回応答時間

デジタル時代では、すべてのやり取りが電話で行われるわけではありません。やり取りが複数のチャンネルにまたがる場合、やり取りの品質を測定することは困難になります。初回応答時間により、オムニチャンネルのカスタマージャーニーを考慮した、コンタクトセンターのより包括的なイメージが得られます。

初回応答時間:

応答を待つ合計時間

受信した問い合わせの合計数

チャンネルに関係なく、できるだけ早く顧客に回答することが優先事項です。オンラインチャットの場合、顧客は**1分30秒**以内の回答を期待しています。電話で連絡する場合、顧客は**3分**以内の回答を期待しています。

初回応答時間の短縮に苦労している場合は、スケーラビリティの構築に重点を置く必要があるかもしれません。コンタクトセンターでは、スケーラビリティとは、同時のコンタクトが何件あっても、到着次第回答することを意味します。スケーラビリティを実現するための最も強力な武器は自動化です。AIを活用したマシンエージェントは、オンラインメッセージに瞬時に回答できます。マシンエージェントは、自然言語処理(NLP:Natural Language Processing)を使用して音声通話に回答し、顧客の意図を解釈して、最適な結果にルーティングすることもできます。

> エージェント利用率

コンタクトセンターはペースの速い環境かもしれませんが、人間的要素を見失うわけにはいきません。初回コンタクト解決率を最大化し、初回応答時間を最小化しようとする、エージェントのニーズを忘れがちです。エージェントはコンタクトセンターの方程式の50%を占めています。エージェントが働き過ぎて疲れ果てていると、そのネガティブな感情が顧客に伝わります。

エージェント利用率:

(エージェントが特定の期間に処理した平均通話数)x(平均処理時間)

(特定の期間の就業日数)x
(1日の就業時間)x100

エージェント利用率は、就業中にエージェントが通話に費やす時間を測定します。利用率が低すぎると、通話を逃している可能性があり、利用率が高すぎると、エージェントが働き過ぎている可能性があります。コンタクトセンターでは、70%という率が適切なベンチマークです。エージェントの利用率が低すぎたり高すぎたりする場合は、スケジュールに問題がある可能性があります。AIを活用したインテリジェントなワークフォースマネジメント(WFM:Workforce Management)ソリューションが役立ちます。エージェントの利用率が高い場合、需要の急増に適切に対応できていない可能性があります。これに対処するには、WFMソリューションでスーパーバイザーがエージェントの好みを入力し、予想されるコンタクト量を考慮したスケジュールを作成できるようにする必要があります。

> 包括的なCXインサイト



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、採用の障壁を取り除き、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。



このホワイトペーパーで取り上げたKPIは、コンタクトセンターの運用に各々独自の視点を提供します。効率的なコンタクトセンターを構築するには、ニーズに応じて活用するKPIを柔軟に切り替える必要があります。**storm**®VIEW™は、あらゆるKPIを1つの画面にまとめ、管理者とエージェントの所在場所に関わらず、管理者がエージェントのパフォーマンスをリアルタイムで監視できるようにします。40を超える既成のレポートと制限のないカスタマイズにより、膨大な範囲の強力なCX分析に即座にアクセスできます。

主要なKPIを把握したら、それらの改善に取り掛かることができます。**storm** WFO™は、Content GuruのWorkforce Optimization(ワークフォース最適化)スイートです。さまざまなワークフォース管理ツールを統合したWFOを使用すると、エージェントをスケジュール、サポート、ガイドして、あらゆるレベルの需要に対応できます。**storm** RECORDER™を使用すると、エージェントの活動をモニターし、詳細なフィードバックを提供できます。**storm** QM™を使用すると、懸念のある顧客とのやり取りにフラグを付けて、レビューのためスーパーバイザーにエスカレーションできます。

brain®はContent GuruのAI製品で、エージェントの負担を軽減するために必要なすべてのツールを提供します。**brain**は、NLP、感情分析、適応型ペルソナを備えた自動チャットボットなどを提供します。**storm** Machine Agent™を使用すると、音声またはテキストで動作するインテリジェントなチャットボットを作成し、24時間年中無休で顧客からの問い合わせに回答できます。

優れたCXの構築は、KPIを理解することから始まります。コンタクトセンターが直面する課題が何であれ、Content Guruはそれに対応する準備ができています。



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。