



> 共感を簡単に

顧客エクスペリエンスにおけるビデオのビジョン

▶ 顧客エクスペリエンスにおけるビデオのビジョン



ビデオ通話は、グローバルコミュニケーションの定番となっています。パートナー、友人、同僚との通話など、ほぼ全員が毎日何らかのビデオコミュニケーションを使用しています。パンデミックによりビデオコミュニケーションが中心的役割を担うようになって以来、私たちはビデオコミュニケーションを十分に活用できていません。コンタクトセンターが追いつく時が来ています。

在宅勤務はすでに定着しています。コンタクトセンターのリーダーの70%が、コンタクトセンターは完全にではないにしても、ほとんどがリモートであると報告しています。¹ ビデオは、職場でのコラボレーションツールとしてすでに定着しています。その機能を顧客にも拡大してはどうでしょうか？

顧客がビデオ通話でサービスエージェントとやり取りできるようにしたり、進行中のやり取りをビデオ通話に切り替えたりすることで、ほとんどのタイプの組織に無数のメリットをもたらすことができます。それは、共感と人の顔を通じて個人的なつながりを築くことかもしれません。あるいは、緊急事態に現場の洞察を第一対応者に提供することかもしれません。説明しようとするのではなく、相手に自分の意図するものを示すという利便性だけかもしれません。ビデオの可能性は無限であり、コンタクトセンターに測定可能なプラスの効果をもたらします。

このホワイトペーパーでは、コンタクトセンターでのビデオの使用法と、ビデオを使用して価値を高める方法について説明します。ビデオの使用例をいくつか提示して、組織がどのようにビデオを活用できるかを示します。最後に、コンタクトセンターにビデオを導入する際の課題と、それらの課題を簡単に克服できるテクノロジーについて説明します。

¹ Forbes, Don't Make Customer Service Agents Wait for Self-Service Tools



コンタクトセンターの

70%

はほぼ完全にリモートです。¹

▶ コンタクトセンターにおける**共感の力**



企業はビデオを活用して、便利で共感的なエクスペリエンスを提供できます。

顧客はつながりを求めています。理解されることを求めています。共感を実現する方法ですが、共感をどのように実現するのでしょうか。

顧客の65%は、ブランドとの肯定的な体験は優れた広告よりも影響力があると述べています。² 顧客ロイヤルティが高く感情的に結びついた顧客は、他の人にその企業を推奨する可能性が71%高くなります。耳を傾けてもらい、見てもらい、理解してもらっていると顧客に感じさせることは、組織にとって測定可能な価値をもたらします。顧客との感情的な結びつきを築くには、ビデオは非常に強力なツールです。

ビデオを使用すると、声に顔を結び付けることができます。電話回線で話す肉体的でない声ではなく、エージェントは顧客を支援する共感的な人となります。ビデオはボディランゲージを導入します。人間がコミュニケーションをとる場合、声は氷山の一角にすぎません。相手を見ることができると、コンタクトセンターではこれまでになかった共感と理解の次元がもたらされます。

エージェントにも同じことが言えます。顧客を見ることでエージェントは状況をよりよく理解できます。エージェントは顧客の感情的な状態、場合によっては物理的な状況を読み取ることができます。このコンテキスト情報は、顧客からの問い合わせを解決する際に非常に貴重であり、迅速な解決をサポートする情報となります。やり取り中に節約される1秒ごとに、コンタクトセンターのコストが節約されます。顧客が1人満足するごとに、キューで待機している顧客が減ります。共感だけでなく、協力することです。テクノロジーは人間的要素を制限するものではなく、強化するものです。

² Content Guru, 2022 Customer Experience Statistics

> 命を救うビデオ



ビデオは個人的な結びつきを築くだけではありません。時には命を救うこともあります。コールハンドラーが現場の状況をリアルタイムで確認できることは、前例のないレベルの洞察を与えます。緊急事態では、これは非常に貴重です。

たとえば、自動車事故が発生した場合、複数の人が救急車や警察に連絡します。これらの人々のほとんど全員がカメラ付きのスマートフォンを持っているため、ビデオ通話を有効にすると、コールハンドラーはこれらのカメラを使用して状況を把握できます。最近の研究では、救急車の呼び出しをサポートするビデオ通話の価値が確認されています。³

その場にいる人から提供された映像に基づいて、コールハンドラーは事件の重大性、救急隊員が必要かどうか、それらの救急隊員が何に備える必要があるかを理解できます。このような重要な情報は、後で事件を再現するために役立ちます。現場に到着する前に救急隊員に情報を提供すれば、その瞬間の貴重な数秒を取り戻すことができ、1秒節約するごとに命が救われる可能性が高まります。

緊急事態が発生し、発信者が住所を提供できない場合、位置情報サービスを使用して、口頭での説明を必要とせずに場所を絞り込むことができます。これを補うために、顧客は画像やその他のファイルをコールハンドラーにすばやく送信して、事件に関する重要な画像コンテキストを提供する必要があります。犯罪現場と容疑者の画像をすぐに共有できるため、警察の捜査が迅速化されます。

緊急事態では、ビデオが人命救助に役立ちます。人間は視覚的な生き物です。コンタクトセンターに視覚情報を取り入れることで、効率性が新たなレベルに引き上げられます。

² LeadShook.com,

³ Ibid.

ビデオは、実装方法を見つけることができれば、コンタクトセンターに革命をもたらす可能性があります。まず、技術的な課題を克服する必要があります。顧客がビデオにアクセスできるようにするにはどうすればよいでしょうか。音声通話をビデオ通話に移行し、顧客が対話を終了せずに画像やドキュメントをアップロードできるようにするにはどうすればよいでしょうか。

ビデオを使用可能なオプションにするには、コンタクトセンターがデジタルチャネルシフトに完全に対応している必要があります。つまり、エージェントが自由にチャネル間で対話を移動できるようにする必要があります。1つの戦略は、顧客にリンクを送信することです。このリンクをクリックすると、対話を終了することなく、顧客のブラウザ内でビデオ通話が可能になります。これらのリンクは、高速ファイル共有も可能にし、カスタマイズ可能である必要があります。エージェントは、ドロップダウンリストからリンクのテンプレートを選択できるようにする必要があります。これにより、さまざまな言語、さまざまなコンテキスト、そして組織のブランドがついた、さまざまなリンクメッセージを使えます。

> 卓越したビデオエクスペリエンス



コンタクトセンター ビデオの主な側面

- ・ 音声からビデオへのシームレスな移行。
- ・ 画像とファイルのアップロード。
- ・ ブラウザー内ビデオ通話。
- ・ カスタムリンクテンプレート。

誰もが人命救助の仕事をしているわけではありません。だからと言って、ビデオの有用性が低下するわけではありません。さまざまな業界でビデオを活用して、便利で共感的なエクスペリエンスを提供できます。

たとえば、小売業では、顧客が店舗を訪問できない場合でも、ビデオを使用して「対面」のショッピングエクスペリエンスを提供できます。店員は、顧客に店舗を案内し、製品を実演し、個人的な結びつきを構築できます。より高価な特殊な商品(宝石、時計など)の場合、顧客が安心して、躊躇を抑え、顧客のニーズに合わせた真にパーソナライズされた販売エクスペリエンスを提供するのに役立ちます。味気ない非個人的なオンラインショッピング体験は、人間味のあるやり取りに置き換えられます。

保険会社は、ビデオを利用して請求処理を迅速化することもできます。たとえば、保険契約者は損傷した車両の画像を添付して、処理を開始するために必要なすべての情報を代理店に提供できます。保険契約者は、オンラインセルフサービスポータルにログインする時間を費やすのではなく、代理店に直接連絡して、結果を待つ時間を短縮できます。

物理インフラストラクチャに依存している組織は、やり取り中にビデオを利用してネットワークを監視できます。インフラストラクチャが損傷した場合、その場にいる人は電話をかけて技術的な障害を報告し、画像を転送して、エージェントが問題の場所と性質を特定できるようにします。視覚的な補助が最も役立つ問題を迅速かつ効果的な解決に、ビデオは役立ちます。

> storm®を使用したコンタクトセンタービデオ



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、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。



storm LINK™は、Content Guruの強力で機能豊富なオンデマンドの一方または双方向ビデオ通信ソリューションであり、音声チャネルのカスタマーエクスペリエンスを向上させるシンプルでありながら強力な方法を提供します。

エージェントのデスクトップインターフェイス(DTA®)内から、エージェントはやり取り中に顧客にワンタイムのリンクを送信できます。顧客はそのリンクをクリックして、エージェントに接続します。

storm LINK™の機能は拡張されています。ビデオ通話以外にも、LINKでは、ドキュメント、ビデオ、その場で撮影した写真などのファイル共有、位置情報の共有、エージェントが使用できるカスタマイズ可能なLINKテンプレートを使用できます。簡単に導入できるように、組織はLINKごとにテンプレートを設定できます。エージェントは、関連するテンプレートを選択し、必要に応じてメッセージを編集して、送信ボタンを押すだけです。

ビデオはコンタクトセンターの未来です。storm®LINKはビデオを簡単にします。

LINKは、より広範なstorm®ソリューションのほんの一部にすぎません。storm®CONTACT™は、Content Guruのクラウドベースのカスタマーエクスペリエンスプラットフォームです。99.999%以上の稼働率と比類のない拡張性を備えたstorm®を使用すると、顧客が連絡を取る方法に関係なく、いつでも、どこでも、どのような方法でも、一貫して対応できます。すべての通信チャネルがDTA®エージェントインターフェイスに取り込まれ、顧客データのスクリーンポップによってやり取りがサポートされます。

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®MacineAgent™を追加し、IoTデバイスと自動的に対話したりできるようにします。



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。