



## > 理性の声に耳を傾ける

オムニチャンネルコンタクトセンターにおける音声ルネッサンス

## > 音声ルネッサンス



21世紀の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、どこでも、好きな方法で連絡を取ります。このデジタルの未来では、電話であろうとデジタルであろうと、音声によるやり取りは時代遅れだと考えたいかもしれません。最近、米国の航空会社1社は、コンタクトセンターから音声を完全に排除しました。<sup>1</sup> 音声の時代は終わりを迎えているのでしょうか？

まったくそうではありません。音声はコンタクトセンターにとって不可欠なものです。どの業界でも、音声によるやり取りは依然として顧客とのやり取りの大部分を占めています。音声は、問題を迅速に解決したい場合や、やり取りを特に重要と見なす場合に顧客が最初に頼る手段です。デジタル、SMS、ソーシャルメディアが若い顧客の間で人気が高まっているにもかかわらず、ほとんどのやり取りでは音声が依然としてデフォルトの選択肢となっています。新しいテクノロジー、特に人工知能(AI:Artificial Intelligence)は、コンタクトセンターが音声チャンネルを使用する方法を変革しようとしています。

顧客とのコンタクトチャンネルを拡大することは必須ですが、既存のチャンネルを完璧にすることも同様に重要です。多くの組織は、音声通信を最大限に活用するのに苦労しています。効果的な通話サンプリングを実装できなかったり、通話から意味のある洞察を引き出せなかったりするなど、すべての音声でのやり取りを最大限に活用することは簡単ではありません。

音声の時代はまだまだ終わりませんが、成功する音声コンタクトとはどのようなものなのでしょうか。音声でのやり取りを改善するにはどうすればよいのでしょうか。また、AIを活用したテクノロジーがコンタクトセンターのあらゆる側面を強化している今、これらのイノベーションによって音声チャンネルをどのように強化できるのでしょうか。

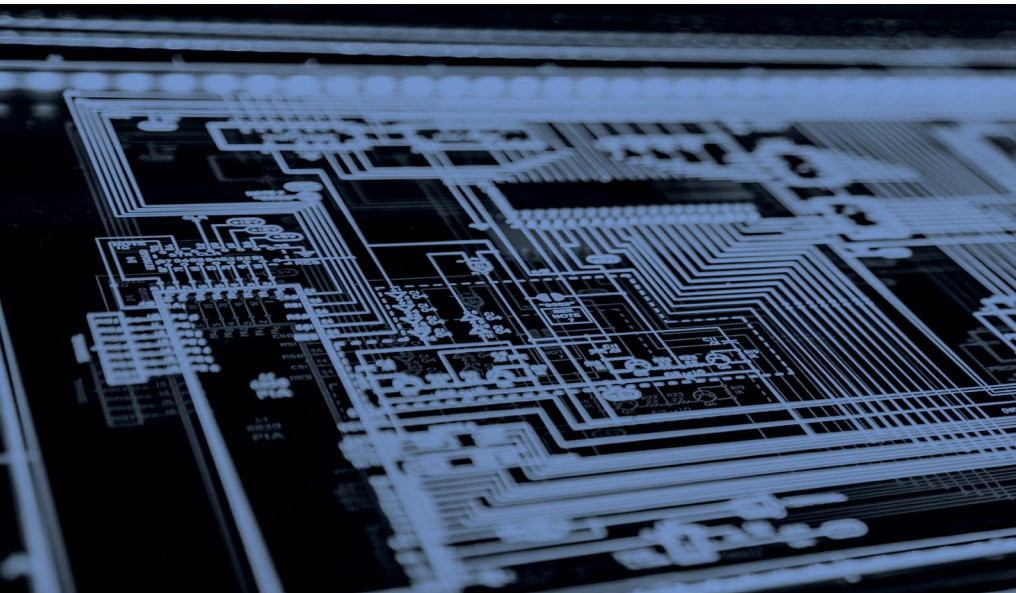
<sup>1</sup> Customer Think



## 音声を捨て去る？

2022年、米国の航空会社 Frontier Airlinesは、カスタマーサービスエージェントに電話するオプションを削除し、顧客がデジタルチャンネル経由でのみコンタクトできるようにしました。<sup>1</sup>

## > 音声コンタクトの構造



顧客の

**35%**

は、簡単なリクエストに答えるために音声での問い合わせを使用することを好みます。<sup>2</sup>

顧客があなたのビジネスに連絡する理由は多岐にわたります。最初のステップは、音声の使用例のリストを作成することです。顧客は情報やサポートを求めて電話をかけているのでしょうか、それとも新製品を購入するためでしょうか、それともサービスをキャンセルするためでしょうか。たとえば、最も簡単な情報リクエストの場合、音声での問い合わせを使用する顧客は35%に過ぎず、63%は簡単なインターネット検索を使用します。<sup>2</sup>

顧客が何を求めているかを理解したら、問題点を特定することが可能になります。そして、これらの問題点が特定されると、プロセスの合理化が可能になります。

音声通話における一般的な問題点は、多くの場合「無音」に関連しています。会話の中で誰も話していない期間であり、特定の重要な情報がなくやり取りを進められない期間です。これらは通常、エージェントが情報(顧客データまたは適切な知識リソース)を検索しており、顧客が待っている期間です。これらの沈黙期間をなくすことで、やり取りを高速化し、顧客とエージェントの両方のエクスペリエンスを向上させることができます。

もう1つの典型的な問題点は、やり取りが始まる前に発生します。顧客がカスタマーサービスに電話するときに最も恐れるのは、順番待ちを強いられることです。顧客が順番待ちに長い時間をかけられると、電話を切って後でもう一度かけ直します。これは失望と顧客からの信頼の喪失につながります。したがって、音声チャネルを向上させるには、順番待ち時間の短縮が優先事項です。

<sup>2</sup> Customer Research by Content Guru, 2020



顧客の

**63%**

は、情報を見つけるために簡単なインターネット検索を使用します。<sup>2</sup>



ランダムサンプリングでは、やり取りの

**2%**

未滿しかキャプチャされません。<sup>3</sup>

## > AI搭載の音声

最後の共通の問題点はルーティングです。過去の音声での問い合わせでは、顧客はエージェント間でたらい回しにされ、どのエージェントも顧客の特定の問い合わせに答えることができませんでした。たらい回しになるたびに、回答を待つ時間がどんどん長くなり、顧客の不満が募りました。最初の試みで顧客を必要ところに誘導するインテリジェント・ルーティングは、この問題点を解消し、より効率的な顧客とのやり取りを実現します。

これらの3つの典型的な音声の問題を解決することは、顧客満足度の大幅な向上につながります。ただし、これらの課題の解決に取り組む前に、それらがCXとどのように関係しているかを理解する必要があります。卓越した音声コンタクトには、詳細な音声インサイトが必要です。音声ルネッサンスへの第一歩は、適切な分析を見つけることです。

音声インタラクションを向上させるには、音声インタラクションが通常どのように行われるかを理解する必要があります。理解するには、正確な文字起こしが必要です。これらの文字起こしをAIによる分析にかけることで、顧客の感情、無音状態、顧客が取るべき次のステップのマップが作成することができます。

このようなマップを構築するには、信頼性の高い自然言語処理(NLP:Natural Language Processing)をコンタクトセンターに装備する必要があります。NLPにより、AIは非構造化音声を理解し、ディープラーニングとニューラルネットワーク言語モデルを使用して正確な文字起こしを作成できます。NLPを備えたAIは、顧客からの通話を聞いたり、顧客からのメッセージを読んだりして、その内容と意味を正確に判別できます。通話のごく一部をサンプリングするのではなく(ほとんどの組織では、ランダムサンプリング方法で全やり取りの2%未満しか補足していません)、NLPを使用してすべての通話を文字起こしできます。

文字起こしにより、コンタクトセンター分析の完全なセットを可能にします。すべてのやり取りのデータを1つの分析画面に取り込んで、簡単にアクセスおよびエクスポートできます。測定するKPIが何であれ、NLP文字起こしにより、それらの測定の信頼性に自信を持つことができます。ここから、問題点の特定と解決が容易になります。

AIによって作成されたこれらの文字起こしは、記録システムに自動的にアップロードできます。やり取りから主要なデータを抽出して、通話後のフォームへの入力に使用できるため、エージェントの通話後の作業負担を大幅に軽減することができます。

<sup>2</sup> McKinsey, Speech Analytics

## > 空気を清める



## 音声エクスペリエンス を最大化するには:

- ・ AIを活用した音声テキスト変換を使用して、通話を正確に文字起こしします。
- ・ 顧客データをエージェントに提供して、応答時間を短縮します。
- ・ 他のチャンネルを強化して音声の負担を軽減します。

音声でのやり取りの需要は依然として高く、この高い需要の残念な影響は過剰な「応募」です。エージェントは一度に複数の通話を処理できないため、顧客は待ち行列に入れられ、エージェントの手が空くまで待たされることとなります。待ち行列時間を可能な限り短縮することは、音声でのやり取りの品質を向上させるために不可欠です。待ち行列で待つ必要がなければ顧客のストレスは減り、その結果、顧客とエージェントの両方にとってその後のやり取りは生産的なものになります。

長い待ち行列時間の問題を解決するには、コンタクトセンターのオムニチャンネル化を受け入れる必要があります。音声は主要なコンタクトチャンネルかもしれませんが、それでも他のチャンネルのサポートが必要です。緊急性の低い問い合わせは、他のより適切なチャンネル、またはセルフサービスに振り向けることで、エージェントの負担が軽減され、待ち時間を短縮することができます。

同様に、「無音」をカットして音声でのやり取りの効率を高めれば、待ち行列時間も短縮できます。コンタクトセンターはエコシステムであり、どこかが変われば、どこにでも波及効果があらわれます。顧客データをエージェントに提供し、やり取りの効率が高まることで、初回コンタクト解決の可能性が高まり、応答時間の短縮とリピーターコールが減り、結果として待ち時間を短縮できます。

## > インテリジェントな音声ルーティング



高い初回コンタクト解決率は、CXの聖杯です。顧客は何度も連絡を取らなければならず、解決策を見つけるまでにビジネスの多くの領域をたらい回しにされればされるほど、顧客の不満は増します。顧客が最小限の労力で、初回に希望する結果に到達できるようにするには、効率的なルーティングが必要です。最初の問い合わせで、その問い合わせに最適なエージェントに顧客を誘導することで、初回コンタクト解決率を向上させることができます。

ここでも、自然言語処理が解決策を提供します。顧客が電話をかけてきた時、可能なルーティングオプションのリスト(たとえば、1を押してください)を聞かされるのではなく、自分の意図を声に出して述べてもらいます。次に、NLPがこの発言を解釈し、キーワード、トーン、感情を抽出します。このデータに基づいて、より正確なルーティング決定を行い、顧客をより効率的な解決策に導くことができます。これにより、顧客の労力が減るだけでなく、より正確になります。多くの場合、顧客は正確に自己診断するのに苦労します。特に問題に対する理解が御社のビジネスの用語と一致していない場合なおさらです。NLPを使用すると、わずかな労力で効率的で正確なコールルーティングが可能になります。

NLPをコールルーティングの一部にするには、対話型音声応答(IVR:Interactive Voice Response)を直接制御する必要があります。柔軟で直感的なサービスデザイナーは、インテリジェントルーティングの可能性を探るのに役立ちます。このサービスデザイナーは、NLPを顧客ルーティングに組み込むために、AIツールキットとシームレスに統合する必要があります。複数の定義されたユースケースにわたる複数の顧客ジャーニーをマッピングすることで、NLPを導入して受信コンタクトを合理化する最も効果的な方法を見つけることができます。

繰り返しになりますが、コンタクトセンターのエコシステムでは、1つの変更が多くの連鎖的な効果を及ぼします。より効率的なルーティングにより、初回コンタクト解決率が向上し、待ち行列時間が短縮され、全体的な顧客満足度(CSAT)が向上します。

## > storm®で音声ルネッサンスを取り入れる



### 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 Gurul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。

オムニチャンネルコンタクトセンターでも、音声は顧客とのコンタクトの中心的な柱であり、AIの導入によりさらに重要になります。

storm VIEW™を使用すると、顧客満足度のあらゆる指標を1つのインターフェイスにまとめることができます。アンケート結果であれ、自動的に収集されたデータであれ、CXエコシステムのあらゆる側面をカバーする柔軟なカスタムレポートを作成できます。storm ASK™を使用すると、オムニチャンネルでのアンケートがこれまで以上に簡単になり、あらゆるコミュニケーションチャンネルで簡単に完了できる親しみやすいアンケートを作成できます。

最新のテクノロジーにより、アンケートが顧客について知るための唯一のツールというわけではありません。brain®AIツールキットを使用すると、強力なAI搭載テクノロジーを幅広く採用して、あらゆる顧客とのやり取りから自動的に洞察を引き出すことができます。

storm TRANSCRIPTION™、storm RECORDER™、storm ANALYTICS™を使用すると、NLPを使用して顧客とのやり取りを記録し、コンプライアンスと感情をチェックできます。これらの記録は、記録システムに直接アップロードできます。このすべてのデータはカスタムレポートにまとめられ、ビジネス内で簡単に共有できるため、自動的な品質監査や、人間の監査員によるレビューが可能になります。

音声を最大限に活用することが、コンタクトセンターを成功させる鍵です。storm®を使用すると、音声のルネッサンスを簡単に取り入れることができます。



**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。