



## > 未来のカスタマーコンタクト

プロアクティブなCXがコンタクトセンターの次のステップである理由

## > 未来のコンタクトセンター



インスタントコミュニケーションの世界では、顧客に対応できるだけでは必ずしも十分ではありません。顧客が問題を抱えて連絡を取らなければならない場合、すでにあなたのビジネスでネガティブな経験をしており、離脱の可能性が高まっています。可能な限り、顧客が連絡を取る前に、問題が解決されている必要があります。**プロアクティブなエンゲージメント**が必要です。

プロアクティブなエンゲージメントとは、ビジネスが主導する顧客とのあらゆるコミュニケーションを指します。製品やサービスに関する最新情報を提供したり、変更を通知したり、フィードバックを求めたりする場合はすべてプロアクティブなエンゲージメントに該当します。そして、プロアクティブなエンゲージメントはますます一般的になりつつあります。

2023年には、すべての顧客とのやり取りの15%がプロアクティブなものでしたが、2020年にはわずか5%でした。<sup>1</sup>プロアクティブなエンゲージメントの増加は偶然ではなく、人工知能(AI:Artificial Intelligence)によって可能になった予測と予測分析の改善によってもたらされています。企業は顧客のニーズを予測し、それを満たすために積極的に行動し、顧客に無理な負担をかけずに離脱を防ぐためにコンタクトのタイミングを計ることができるようになってきています。

顧客はますます自分を大切にしてくれる企業にのみお金を使うことを望みつつあります。そのためには、パーソナライズされた体験、プロアクティブなコンタクト、迅速かつ簡単な問題解決が必要です。顧客エンゲージメントがこの変化に追いつけなければ、企業は負けてしまいます。このホワイトペーパーでは、プロアクティブなエンゲージメントのための3つの戦略、つまり顧客からのフィードバックの収集、顧客のニーズに合わせたパーソナライズされたアウトリーチ、プロアクティブなコンタクトの調整を容易にするAIツールについて考察します。

<sup>1</sup> EngagementFactory.com,



2023年には、顧客とのやり取りの

# 15%

がプロアクティブなものでした。<sup>1</sup>



何らかのプロアクティブなコンタクトを受けたと回答した顧客はわずか

# 13%

でした。<sup>3</sup>

## ▶ プロアクティブなコンタクトのメリット



顧客の

**66%**

は、自分が利用している企業にとって自分はまったく重要ではないと感じています。<sup>3</sup>

顧客は人間らしく扱われることを期待しています。つまり、スプレッドシート上の単なる数字以上のものとして扱われることを期待しています。実際、顧客の66%は、自分が利用している企業にとってまったく重要ではないと感じています。この疎外感の原因は明らかで、何らかの積極的なコンタクトを受けたと回答したのはわずか13%です。販売が成立すると、多くの場合、顧客は企業にとって存在しなくなります。これは高くつく間違いです。

顧客に認められていると感じさせることができるビジネスは、生涯にわたる顧客を生み出すことができるビジネスです。非人間的な自動化の時代において、顧客は人間味のある関係を望んでいます。彼らは、企業が自分の利益を理解しているだけでなく、直面するかもしれない問題を解決するために戦ってくれると感じたいのです。プロアクティブでパーソナライズされたコンタクトにより、これが可能になります。コミュニケーションを顧客の特定のニーズや関心に合わせて調整することで、顧客の目的を深く理解し、支援する意思があることを示すことができます。顧客はあなたのビジネスをより信頼するようになり、その信頼は sunk cost になります。顧客は、離脱して築き上げた関係を犠牲にするリスク低くなります。

効果的なプロアクティブな顧客とのコンタクトは、顧客ロイヤルティを構築する鍵です。効果的なプロアクティブエンゲージメントのための最初の戦略は、顧客の声 (VoC, Voice of the Customer) に耳を傾けることです。

<sup>2</sup> LeadShook.com,

<sup>3</sup> Ibid.



顧客に認められている感じさせることができるビジネスは、生涯にわたる顧客を生み出せるビジネスです。

## > プロアクティブなコンタクトによる顧客の声 (VoC:Voice of the Customer)の収集

有益なプロアクティブコンタクトと、顧客を苛立たせるだけのスパムは紙一重です。その違いはニーズにあります。あなたのコンタクトは、顧客が必要とするサービス(情報、サポート)を提供し、顧客の生活に意味のある付加価値をもたらしていますか?顧客のニーズを理解するには、VoCを聞く必要があります。

VoCとは、ビジネスに対する顧客の考えや感情を指します。顧客が友人や家族に話すことであり、通常は企業には言わないであろうことですが、顧客の行動を理解するために不可欠なものです。VoCを見逃すと何も見えなくなります。

ここではプロアクティブなコンタクトが不可欠です。顧客に連絡していくつかの重要な質問をできるかどうか、顧客離れを招くか、顧客ロイヤルティを高めるかの分かれ目となります。このプロアクティブなコンタクトにどのチャネルを選択するかは重要です。電子メールは大多数の顧客に無視されますが、より直接的でパーソナライズされたメッセージの方が大きな効果があります。SMSメッセージは、ソーシャルメディアメッセージと同様に、顧客の注意を引き、より多くの反応を引き出す可能性があります。音声通話は最も効果的です。顧客が電話に出た場合、電話を切る可能性は低く、特に質問が簡潔で、タイミングよく都合がいい場合はなおさらです。

どの質問を選ぶかも重要です。顧客満足度を測定する最も成功する方法は、1つまたは2つのよく選ばれた質問のみを使用することです。たとえば、CXメトリクスで最も人気のある1つである価値向上スコア(VES:Value Enhancement Score)では、顧客の信頼度と成功度の両方を測定するために2つの質問を使用します。顧客が製品やサービスをどの程度うまく使用できたか、また顧客が購入結果にどの程度自信を持っているかです。これらの質問は簡単に設定でき、すばやく回答できるため、不便なくVoCを収集できます。

顧客がアンケートの質問に回答するかどうかは別として、質問すること自体にメリットがあります。顧客がビジネスにとって重要であることを示し、自分の意見が重視されていると感じさせることができます。メッセージが適切なタイミング、たとえば、以前のやり取りや購入のフォローアップとして送信された場合、残っている好意を利用するか、やり取り中に顧客が抱えていた問題が重大な問題につながる前に把握できます。

この場合、積極的なエンゲージメントにより、ビジネスは顧客の心を知る貴重な洞察を得ることができ、顧客との関係を強化し、否定的な感情を早期にキャッチして対処できるようになります。

## ▶ パーソナライズされたプロアクティブなエンゲージメント



タイミングが悪く、実行が不十分なプロアクティブなエンゲージメントは、良いことよりも悪いことの方が多くなります。思慮なく大量のメッセージを送信すると、顧客の疎外感を助長しかねません。受信トレイが、意味のある価値や洞察のない企業からのメッセージでいっぱいになるのを見ることほどイライラすることはありません。

これを回避するには、顧客の状況に応じてプロアクティブなコンタクトを調整する必要があります。ここでは、カスタマージャーニーのさまざまなステップに合わせてコミュニケーションのタイミングを合わせることが重要です。たとえば、顧客が購入を完了してから1週間後に電話をかけると、その出来事が顧客の記憶に新しいままになります。ここでポジティブなやり取りをすることで、顧客の高い評価を強化できます。また、サービスに潜在的な問題があることを明らかにして、顧客が離れる前に解決したりすることができます。

### AIを活用したプロアクティブなエンゲージメント

プロアクティブなエンゲージメントは理論上は有用ですが、実際にはうまく実行されないことが非常に多いです。エンゲージメントのタイミングを適切に調整し、各顧客に合わせてエンゲージメントをパーソナライズすることは、手間のかかる作業です。ありがたいことに、新しいAIツールはまさにその手助けをしてくれます。

VoCの収集に関しては、AIはアクティブなサーベイへの依存を軽減できます。自然言語処理(NLP: Natural Language Processing)と感情分析により、コンタクトモニタリングAIはすべてのやり取りからVoCに関する洞察を引き出すことができます。顧客がイライラしていたのか興奮していたのか、満足して通話を終えたのか、まだ不確かなままだったのか、これらの事実は担当するエージェントには必ずしも明らかではありません。やり取り全体について、そしてやり取りの最中に、口調や感情、および使用された特定の言葉を正確に測定することで、AIはやり取りの内容をアクティブに聞き取り、各顧客の気持ちを包括的に把握できます。

この包括的なビューを記録システムに組み込んだら、インテリジェント・オートメーションを使用してそのデータを活用できます。測定された感情スコアが低すぎる顧客にはマークを付け、アウトバウンドコールを自動的にスケジュールできます。顧客のコンタクトの好みを考慮に入れて、適切な時間にコールが来るようにすることもできます。

アウトバウンドコールの成功は、確立された個人的なつながりから始まります。AIは、スクリーンポップの形でエージェントに顧客データを提供することで、つながりの確立に役立ちます。以前のやり取り、購入、または受動的に収集されたデータの履歴は、顧客とエージェントの関係を確立に使用することができます。そして、やり取りがパーソナライズされている場合、関係がポジティブになる可能性ははるかに高くなります。

## > storm®によるプロアクティブなエンゲージメント



### ディーブ・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なります。



### 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、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。

顧客からのフィードバックの収集から、やり取りのパーソナライズ、AIの活用まで、プロアクティブなエンゲージメントには最先端のCXソリューションが必要です。

storm®は、Content GuruのシングルスタックCXスイートで、優れたプロアクティブなエンゲージメントに必要なすべてのツールを1つのソリューションにまとめています。storm SHOUT™を使用すると、大量メッセージング機能を活用して、あらゆるチャンネルで顧客にプロアクティブに連絡できます。storm ASK™はさらに一歩進んで、このツールを使用すると、顧客からのフィードバックを収集するためのアンケートを作成できます。これらのツールはいずれも、storm CKS®にデータをプッシュおよびプルできます。Content Guruの柔軟な顧客データプラットフォームを使用して、顧客ベース全体の包括的な絵を作成できます。これらのデータはstorm VIEW™にまとめることができ、最も重要な指標を1つの直感的なインターフェイスにまとめたカスタムレポートを作成できます。

データを入手したら、それを活用する必要があります。storm DTA®は、Content Guruのブラウザベースのエージェントインターフェースで、エージェントはアウトバウンドコール、顧客データの表示、AIによる提案スクリプトをすべて1つの画面で確認できます。storm OUTBOUND™は強力なアウトバウンドダイアラーで、エージェントは顧客データをコールの決定に考慮しながら、アウトバウンドキャンペーンを迅速かつ効果的に実行できます。真のオムニチャンネルソリューションであるstorm®を使用すると、エージェントは、いつでも、どこでも、どのような方法でも、顧客が好むチャンネル全体で効果的なプロアクティブなエンゲージメントを実現できます。

プロアクティブなエンゲージメントは、顧客を満足させるか、競合他社に負けるかの違いを意味します。storm®を使用すると、プロアクティブなコンタクトが簡単になります。



**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。