

Whitepaper

インテリジェントジャーニー： 次世代のカスタマージャーニー を推進するAI



28%

のAIユーザーがマーケティング自動化にこの技術を使用しています。1



80%

の顧客は、パーソナライズされたエクスペリエンスを受けた後に購入する可能性が高くなります。2



65%

の企業が、何らかの形で生成AIを活用しています。5



コンタクトセンターのエージェントの欠員補充にかかる平均コストは

20万ドル

です。4



エグゼクティブサマリー

このホワイトペーパーでは、やり取りの前、最中、後のすべての段階でAIがカスタマージャーニーを強化する方法について説明します。

1



インテリジェント
ジャーニー

2



AIはカスタマージャーニーに
どのような影響を与えるか？

3



AIがコンタクト

4



ハイパー エージェント

5



AIによる総括

6



Content Guru:
CX AI パートナー

インテリジェントジャーニー

顧客はそれぞれ異なります。すべての顧客があなたのビジネスに接触します。すべての顧客には独自のジャーニーがあります。

カスタマサービスで顧客が非人間的だと感じるのはどのような点でしょうか? エージェントと連絡を取る前に何時間も待たされてはいませんか? ロボットのようにゆっくりと単調な声で読み上げられる選択肢のリストを提示されていませんか? カスタマサービスが再び問題を解決できなかった後、セルフサービスにリダイレクトされていませんか?

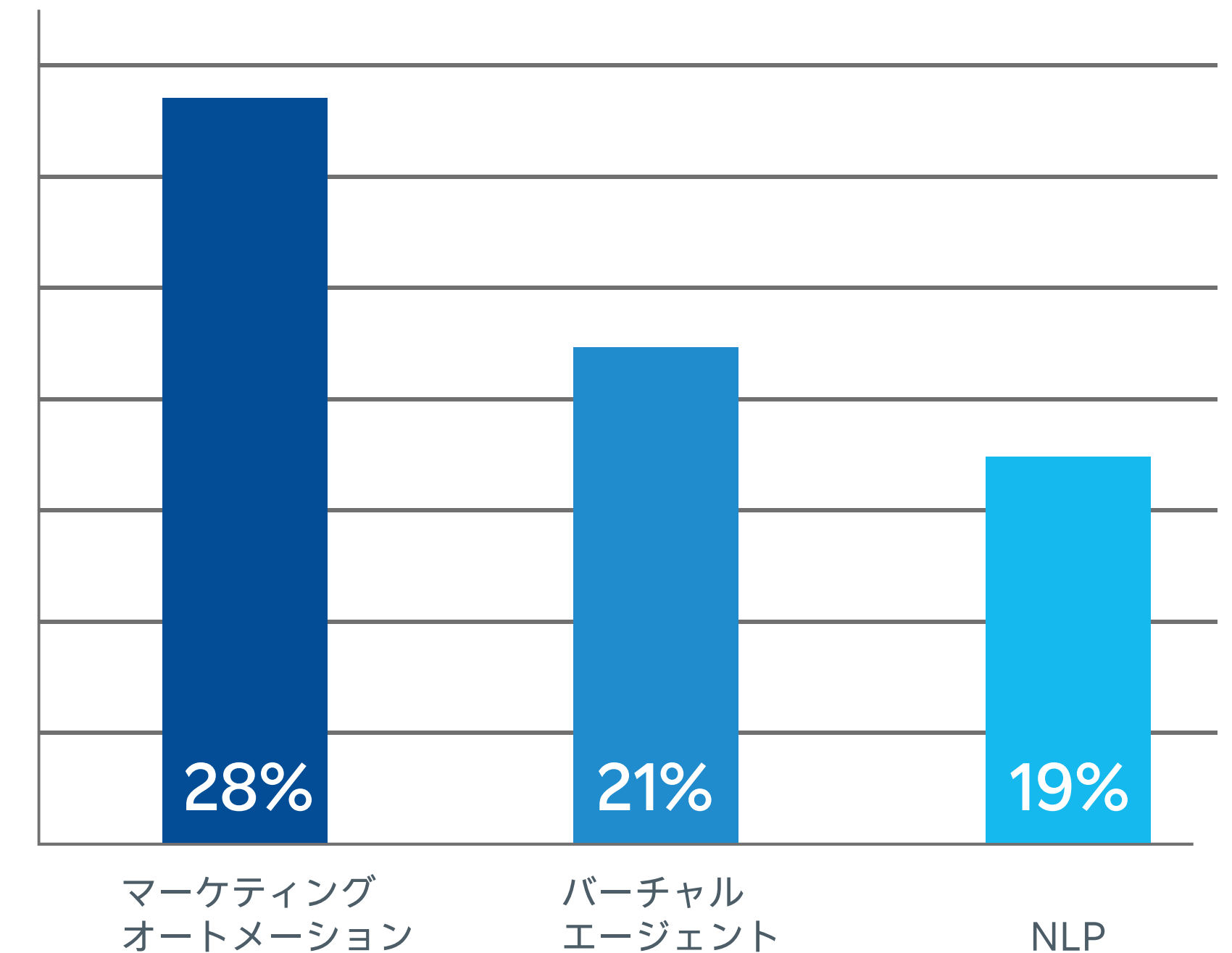
旧態依然としたカスタマサービスには、不満な点がたくさんあります。顧客エクスペリエンス(CX: Customer Experience)の新しい世界は、より明るい未来を提供します。この提供の中心となるのは、新しいAIテクノロジーの導入です。

カスタマサービス分野では、AIテクノロジーが最も広く導入されています。米国国勢調査局の最近のレポートでは、AIユーザーの28%がマーケティング自動化に、21%が仮想エージェントとチャットボットに、19%が自然言語処理にテクノロジーを使用しています。これらは、すべてのセクターで最も一般的な3つの用途

です。コンタクトセンターがAI導入の先駆者であると言っても過言ではありません。¹ 私たちは、人間とAIシームレスに絡み合い、コンタクトセンターの業務に革命を起こす未来を思い描いています。そして、この未来はかつてないほど近づいています。

ただし、顧客エクスペリエンスのあらゆる課題と同様に、自動化を文脈から切り離して考えるだけでは十分ではありません。真の価値を引き出すには、自動化をより幅広いカスタマージャーニーの中に位置付ける必要があります。

このホワイトペーパーでは、AIを活用した顧客エクスペリエンスの未来像を明確に示しています。効率性を高め、高度にパーソナライズされたエクスペリエンスを実現するために、AIをカスタマージャーニーに適用するさまざまな方法を詳しく説明します。



ユースケース別のAIの採用(米国国勢調査局)

AIはカスタマージャーニーにどのような影響を与えるか

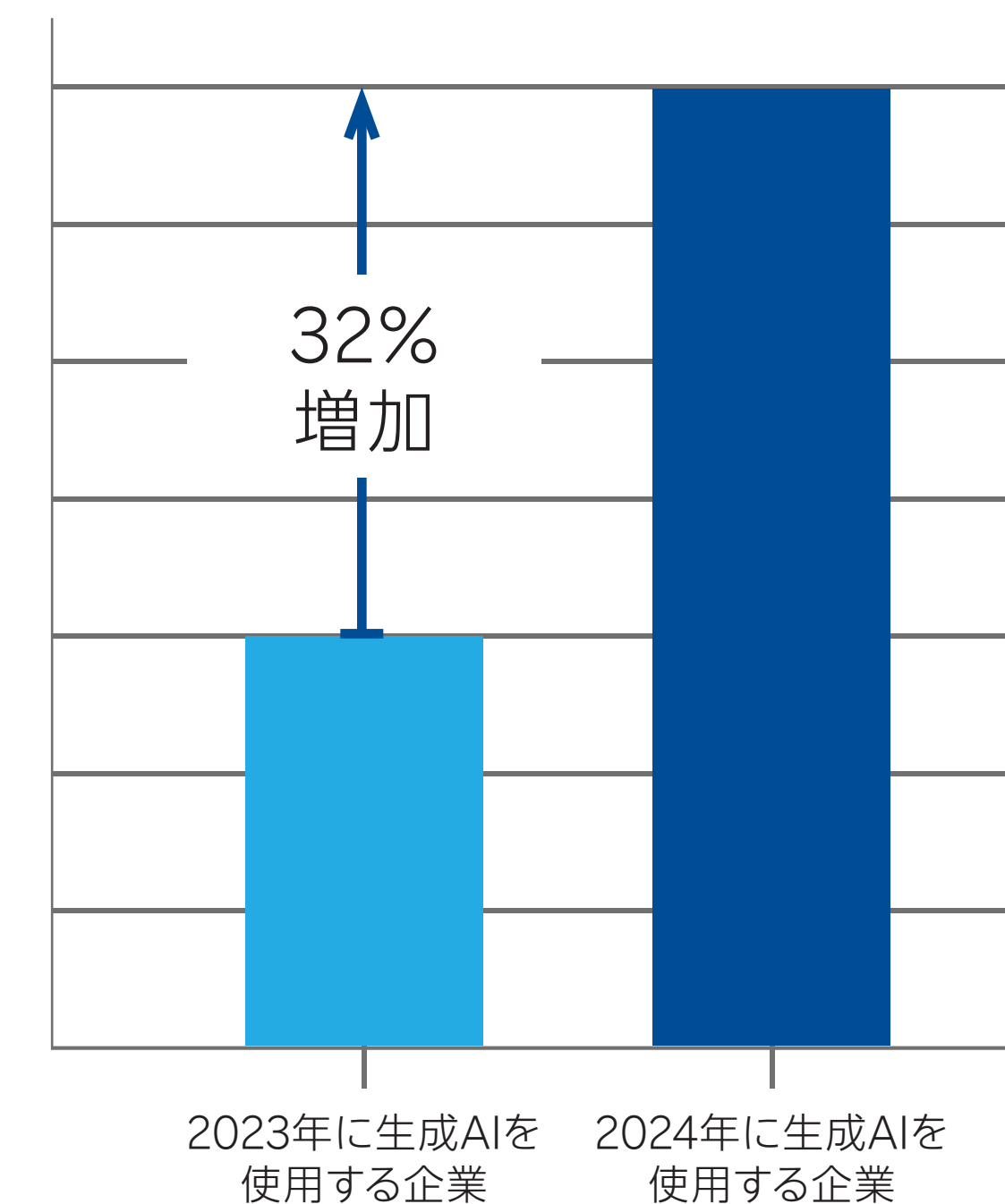
AIの導入がカスタマージャーニーの質にどのような影響を与えるかを把握するには、優れた顧客エクスペリエンスを創造する上で重要な要素を理解する必要があります。

1つ目はパーソナライゼーションです。顧客は、自分にとってユニークであると感じられるエクスペリエンスによく反応します。「ただの顧客」のように感じられるのは誰も好きではありません。顧客の80%は、自分の状況やニーズに合わせてパーソナライズされた体験をした後、購入する可能性が高くなります。² その結果、パーソナライズを導入した企業は収益が10~15%増加します。³ どのようなAIテクノロジーを導入するにしても、パーソナライズの向上を目標にする必要があります。そうしないと、顧客エクスペリエンスが損なわれます。顧客がAIに懐疑的であることは当然ですが、実際に使用してみると、AIを気に入る傾向があります。

顧客エクスペリエンスはコインの一面であり、もう一面は従業員エクスペリエンスです。結局のところ、顧客は常に人間と話したいと考えています。従業員エクスペリエンスが貧弱であれば、顧客エクスペリエンスもそれに応じて低下します。離職

したコンタクトセンターのエージェントの平均交換コストは20万ドルです。⁴ AIアプリケーションがエージェントの生活の質を向上させなければ、顧客がどれだけ満足しているかは関係なく、価値が失われることになります。

では、AIはCX/AXの悩みの解決策なのでしょうか。企業は確かにそう考えているようです。過去1年間で導入が急増しています。2023年には、33%の企業が何らかの形で生成AIを活用しました。2024年には、その数は65%に増加しました。⁵ そのうち15%は、顧客とのコミュニケーションをパーソナライズするためにAIを使用しています。CXの未来はAIによって支えられています。



AIがコンタクト

カスタマージャーニーは、顧客が企業に接触するときに始まります。その瞬間から、AIはプロセスの改善を始めることができます。AIが処理できる小さいながらも重要なことがいくつかあり、それによって人間のエージェントの仕事が大幅に簡素化されます。それは、意図の確立と顧客の識別と確認です。

通常、顧客の意図は対話型音声応答(IVR:Interactive Voice Response)によって確認されます。おそらく、これらのいずれかに遭遇したことがあるでしょう。IVRは、あらかじめ録音されたロボットのようなメッセージで、電話の番号を押してリストからルーティングオプションを選択するように求めるものです。IVRは、遅くてわかりにくく、役に立たないものの代名詞です。事前に録音されたメッセージがすべての選択肢を説明するのに30秒から1分かかることがあり、顧客がどの選択肢が自分に該当し、どれが無関係かを判断するのは言うまでもありません。顧客は、あなたの会社が使用する用語で自分の問題を捉えていないからです。多くの場合、顧客は間違った選択肢を選び、間違った場所に案内されます。反対側のエージェントは顧客を強制的にルート変更することになり、やり取りの長さが倍になります。

これに対して何ができるでしょうか?AIを使用すると、IVRを完全に省略できます。選択肢のリストを読み上げるのではなく、事前に録音したメッセージを「ようこそ。問題をお知らせください」に短縮できます。その後、AIを活用した自然言語処理が顧客の応答を処理し、キーフレーズと顧客の口調の特徴に基づいて、正しいルートを自動的に割り当てることができます。その後、顧客は、人間のエージェントまたはチャットボットなど、利用可能な最良の結果にルーティングされます。

AIは、カスタマージャーニーを数分短縮し、エージェントが誤ってルーティングされた顧客をリダイレクトする手間を省きます。これは、重要な開始の瞬間にAIがカスタマージャーニーを合理化する唯一の方法ではありません。機密性の高い顧客データを扱う場合、識別と確認(ID&V:Identification and Verification)は不可欠です。顧客が本人であることを確認する必要があります。

これを実現するために、企業は従来、セキュリティ上の質問を採用していました。エージェントは会話の流れを中断して状況を説明し、顧客にセキュリティ上の質問をする必要がありました。顧客は答えを覚えておく必要があり、覚えていなかったり間違えたりした

場合は、やり取りから締め出されてしまいます。これは貴重な時間を浪費するだけでなく、複数の障害点が発生する可能性があります。

ここでも、AI音声認識が解決策となります。AIを活用した音声生体認証は、顧客一人ひとりに固有の「音声指紋」を提供でき、偽造が非常に困難です。これにより、セキュリティレベルが向上するだけでなく、顧客がセキュリティの質問の答えや固有のパスワードの答えを忘れることを防ぎます。AI ID&Vは、顧客がエージェントと連絡を取る前に実行でき、数秒しかかかりません。

カスタマージャーニーの最初から、AIは時間を節約し、エージェントが重要なことに、つまり優れた顧客エクスペリエンスを提供することに専念できるようにします。そして、そのやり取りが始まったら、AIもそこで役立ちます。

ハイパーエージェント

従来のコンタクトセンターでは、やり取りが始まると、エージェントと顧客が1対1で対応していました。スーパーバイザーやサポートの余地はなく、やり取りが電光石火の速さで展開されるため、介入する時間がありませんでした。今日では、AIはやり取りの最中にエージェントをその場でサポートできるほど速く動きます。AIは、いくつかの重要な方法でこれを行います。

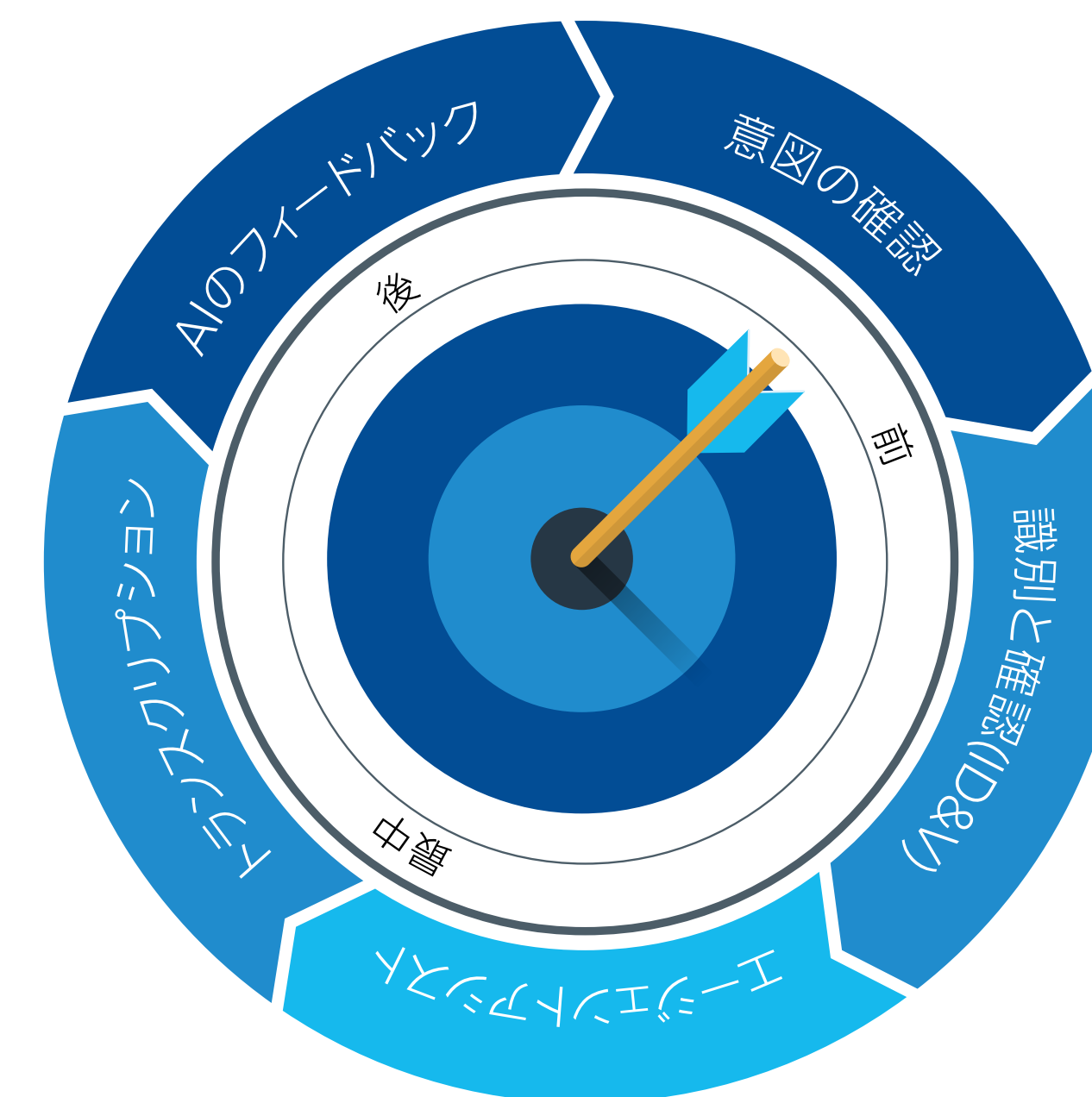
1つ目は、視点を提供することです。感情分析について聞いたことがあるでしょう。感情分析とは、各単語に感情値を割り当てて、やり取りの全体的なトーンとスコアを引き出すことです。感情分析により、参加者には必ずしも明らかではないレベルの洞察が得られます。エージェントがやり取りの最中は、顧客のトーンの微妙な変化に耳を傾けるのではなく、迅速にソリューションを提供することに集中することがよくあります。ここでAIが役立ちます。

AIは、自然言語処理によって作成されたトランスクリプトに基づいてリアルタイムの感情分析を提供し、エージェントのインターフェース内に直接全体的なスコアを表示できます。やり

取りが軌道から外れ始めたり、顧客の感情が低下し始めたりした場合、エージェントはすぐにそれを知ることができます。その後、対処策を講じることができます。

AIは、やり取りの軌道を戻すのに役立ちます。顧客データ、やり取りの履歴、ナレッジ記事を活用して、生成AIはエージェントをガイドし、顧客の感情を改善するためのスクリプトの提案を作成できます。熱狂的な瞬間でも、AIは軌道修正を支援し、やり取りの解決率を高め、優れた顧客エクスペリエンスを維持できるようにします。このリアルタイムの感情スコアは、スーパーバイザーにフラグを付けることもでき、スーパーバイザーは必要に応じて対処できます。

AIが顧客との主なタッチポイントになるにつれて、エージェントは「ハイパーエージェント」になります。つまり、高度なスキルを持つ監督者となり、AIのパフォーマンスを微調整し、必要に応じて人間的なタッチを提供することになります。



カスタマージャーニーのあらゆる段階で、AIがCXが適切であるように働きます。

AIによる総括

エージェントは懸命に働いています。シフト中はほぼ毎秒電話を受けており、電話を受けていないときは、やり取り後のフォローアップ作業をこなしています。記録システムの更新、フォローアップコンタクトの送信、インシデントレポートの作成などです。これらすべてに時間がかかり、時間がかかるほど、エージェントが次の顧客、さらにその次の顧客などに費やせる時間は少なくなります。1日を通して、これらのアクティビティはエージェントの時間の30%近くを占めます。1日8時間の場合、2時間24分です。平均的な顧客とのやり取りが5分続く場合、29人の顧客がサービスを受けられないこととなります。29人の顧客が次に対応可能なエージェントを待つために行列に並ぶことを余儀なくされるのです。

エージェントを2時間24分解放できれば、エージェントの効率が劇的に向上します。これは顧客エクスペリエンスの質の向上につながり、顧客が列に並んで待つ時間が短縮されます。エージェントにもメリットがあります。退屈なデータ入力に費やす時間が減り、問題の解決、顧客のサポート、つながりの構築に費やす時間が増えます。AIはこれらすべてを可能にします。

まず、AIを活用したテキスト読み上げ機能により、やり取りの文字起こしが可能になり、やり取りの正確な文字起こしがリアルタイムで作成されます。次に、この文字起こしを生成AIモデルに取り込むことができます。モデルは要約を作成し、提起された主要な問題と、それらに対処するために取られた手順を強調します。モデルは、構造化されたロジックに従って特定の詳細を抽出し、それらの詳細を記録システムに取り込むこともできます。これらの詳細には、顧客情報の更新、顧客の意図、問い合わせが解決されたかどうか、全体的な顧客感情スコアなどがあります。

この情報がエージェントによって確認され承認されたら、次のやり取りに進むことができます。しかし、その前に、少し時間を取って振り返る必要があります。何がうまくいったのか、次回は何を改善できるのか。ここでも、AIが役立ちます。生成AIは、やり取りのたびに、特定のエージェントに合わせてカスタマイズされたフィードバックを生成できます。従来、コーチングは完全に監督者の責任でした。監督者は自分の責任で忙しいことが多く、すべてのエージェントに合わせたフィードバックを提供することは単純に不可能でした。現在、AIは、エージェントのスキルセットと

学習スタイルに関する詳細な知識に基づいて、すべてのエージェントを個別にコーチングできます。これは、真に強力なエージェントへのもう一つのステップです。

将来の「ハイパーエージェント」は、データ入力に焦点を当てていません。彼らのスキルセットは、技術的な専門知識、感情的知性、問題解決スキルを組み合わせ、顧客にシームレスな体験を提供できるようになります。

Content Guru: CX AIパートナー

カスタマージャーニーのあらゆる段階で、AIは効率し、スピードアップ、最大化を実現します。顧客とのやり取りの前、最中、そして後に、AIは可能な限り最高の顧客およびエージェントエクスペリエンスを保証します。顧客とエージェントにとって、AIの使用は楽な体験であるべきです。しかし、AIの実装は必ずしも簡単ではありません。AI変革を軌道に乗せるには、複雑なAIテクノロジーを利用できるプラットフォームを備えたAIパートナーが必要です。

Content Guruは、20年以上にわたってCX AIの最前線に立ってきました。会話型AIに関する当社の取り組みは、企業と顧客とのやり取りの方法を変革しました。生成AIの出現により、当社は再び複雑さを管理し、機会を最大限に活用することに取り組んでいます。

Content Guruは**brain**®を通じて、ユーザーのためにAIテクノロジーの根底にある複雑さを処理します。**brain**はAIを民主化し、個々のベンダーに縛られることなく、テクノロジーを最大限に活用できるようにします。規模や業種に関係なく、Content GuruはAIの導入を容易にします。

brainはAIオーケストレーションレイヤーとして機能し、AI機能をCX資産の通常の運用にシームレスにリンクします。クラウドネイティブな**storm**®ソリューションと並んで、**brain**は最新のテクノロジーが利用可能になり次第、常にアップデートされます。**brain**は、Google Dialogflow、Azure、IBM Watsonなどのクラス最高のAI機能や、ChatGPTなどの生成AIシステムへのアクセスを提供します。

AIはカスタマージャーニーに革命を起こしています。AIを活用した未来は明るく、私たちはその未来を導く準備ができています。Content Guruは、人間とAIが手を取り合って機能する未来を思い描いています。コンタクトセンターは人間とAIのシンフォニーであり、効率性、パーソナライゼーション、共感性が向上します。

顧客の期待が変化するにつて、ビジネスもそれに合わせて変化する必要があります。Content GuruでAIの力を活用しましょう。



次のステップに進む準備はできていますか？

お問い合わせいただき、AIを活用した未来への第一歩を踏み出してください。詳細をいくつか提供していただければ、当社の専門チームのメンバーが24時間以内にご連絡いたします。

Get in Touch



もっと詳しく知りたいですか？

DVLA(Driver and Vehicle Licensing Agency)との取り組みをご覧になり、当社のAIソリューションがコンタクトセンターをどのように変革したかをご覧ください。

Learn More

巻末注

¹US Census Bureau

²Epsilon

³McKinsey

⁴Evaluagent

⁵McKinsey

⁶Content Guru



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