

Avaya Intelligent
Xperiences™

Avaya IX™ Contact Center

デジタル変革もカスタマーエクスペリエンスも、コンタクトセンターの存在なしに、話を進めることはできません。

セルフサービスの自動化、シームレスなオムニチャネル、スマートルーティング、カスタマージャーニー分析、予測分析など、さまざまなイノベーションのお陰でこの分野のビジネスは目覚ましい変化を遂げ、企業はコストや利益を改善すると同時に、より価値のあるインテリジェントなエクスペリエンスを提供できるようになりました。

企業がより大きく素晴らしい機会をつかんで利益を上げるには、顧客とブランドとの最初の接点であり、そしてときには唯一の接点でもあるコンタクトセンターを利用しないわけにはいきません。Deloitteによると、すでにコンタクトセンター企業の1/3が、ロボット工学とプロセスの自動化への投資を進めています。また、同企業の過半数(63%)が、従業員エンゲージメントを高めるために従業員トレーニングプログラムの拡張に向けて投資を計画しています。

現時点では、コンタクトセンターにとって最大の関心事はカスタマーエクスペリエンスであり、収益であると考えている企業はわずか3%に過ぎません。コンタクトセンター企業は、デジタルディスラプションを起こすか、時代の波に乘れず消えていくかの選択を迫られ、重大な問題に直面しています。単一目的で「音声のみ」の施設に留まるのか、あるいは2024年までに4800億ドルの市場評価が見込まれるカスタマーエクスペリエンスのど真ん中に連携させるのか、正しい選択は考えるまでもありません。

経験には重要な価値があり、それはコンタクトセンターに重要な価値があることを意味します。

Avaya IX Contact Centerのポートフォリオは、この種では初めて、コンタクトセンターの顧客満足度と運用パフォーマンスの主要な指標を改善するために慎重に設計され、顧客には音声またはデジタルエンゲージメント、従業員にはデスクトップ機能拡張、マネージャーには高度な従業員エンゲージメントの機会を提供しています。顧客とのやり取りを効果的に調整して、複雑な通話を適切に処理し、最初の接点で問題を解決して接点あたりの平均収益を増大。さらに、顧客ニーズをより適切に予測し、質の高いSLAの達成回数を増やして、測定可能な効率の向上を推進。そして、より有意義な人間関係をもたらすことができます。

2023年までに、 セルフサービス 対話を音声イン ターフェイスで始 めたいと希望す る顧客が70%に 上昇するだろうと Gartnerでは予 測しています。

音声:「新しい」会話型のユーザーインターフェイス

カスタマーケアは音声のみのコールセンターの時代から進化していますが、音声や音声ベースのアプリは、将来のカスタマーエクスペリエンスにとって紛れもなく重要な存在です。2023年までに、セルフサービス対話を音声インターフェイスで始めたいと希望する顧客が70%に(2019年の40%から)上昇するだろうとGartnerでは予想しています。全体的に見ると、40%の顧客は、苦情の申し立てや返品など、感情的または複雑なやり取りについては今までどおり人間と話したいと思っています。デジタルリーダー達は、音声が生産性、業務改善、顧客満足度の主要な推進力になると認識しています。

Avaya IX Contact Centerの音声機能を使用することで、セルフサービスの自動化機能を活用し、顧客には希望するチャネル全体で迅速かつ効率的なセルフサービスを提供し、エージェントには必要に応じてシームレスにエスカレートできるオプションを提供することができます(エスカレーションでは、対話を円滑に続けるためにそれまでの会話内容がすべて渡されます)。

また、従来のIVRシステムを会話型の音声アプリケーションに高めて、よりパーソナライズされた収益性の高い成果につなげることができます。このように、パーソナル仮想アシスタントソリューション(Amazon AlexaやGoogle Homeなど)を支える機械学習や自然言語処理(NLP)テクノロジーを取り入れ、従来の音声IVRと同様のカスタマーサービス自動化プラットフォームを構築することができます。

また、音声会話に機械学習を導入して、顧客が伝えようとしている肝心の問題をより深く理解し、よりパーソナライズされた会話体験を提供することもできます。会話から得られたこれらの知見をインテリジェントな着信および発信機能と組み合わせることで、ターゲットを絞ったクロスセルやアップセル、その他の特別なプロモーションや割引のアプローチをかけて、コンタクトセンターの新たな収益源をフルに活用することが可能になるのです。

たとえば、あらゆる音声ベースのやり取りを分析して、定期購入サービスの解約リスクをはらむ顧客を特定し、パーソナライズされたサービス継続オファーを先見的に提供できるとすればどうでしょうか。この同じアプローチは、購入の意志が固まっている顧客や、新製品やサービス、またはアドオンを探している顧客にも応用できます。

デジタル:チャネルと嗜好の広がり

電子メール、Webチャット、SMS、ソーシャルなどのデジタルチャネルによって新たな機会の扉が開かれはしましたが、これは同時にリスクを高めることにもなりました。今日、グローバルコンタクトセンターとのやり取りの43%をデジタルチャネルが占め、平均的なカスタマーサービスチームは9つの非音声チャネルを利用しています。Deloitteの調査によると、2019年度末までに金融サービス業界のコンタクトセンターの46%がビデオチャット機能を導入する予定です。エネルギーや資源産業では、過去2年間でソーシャルメディアがサービスチャネルとして120%以上の成長を見せました。

企業では、次世代のデジタルチャネルと、摩擦のないコンタクトセンターエクスペリエンスとの間のギャップを埋める必要があります。まさにこの目的のために設計されたのが、Avaya IX Contact Centerです。コンタクトセンターを、ブランドへのロイヤルティと永続的な関係を推進する重要な戦略資産に変身させることが可能です。

顧客情報と、デジタルチャネルやデバイスの効率的な管理画面が1つのデスクトップビューに統合され、あらゆる対話をシンプルかつ強力なエクスペリエンスへと変えます。エージェントは、チャネルを変更しても会話のコンテキストを失わずにシームレスに顧客の話を理解して会話を継続し、情報画面、Webリンク、ドキュメント、動画その他の関連データを顧客と共有することができます。



グローバルコンタクトセンターとのやり取りの43%をデジタルチャネルが占めています。

カスタマージャーニー分析によりオムニチャネルを進化させ、素晴らしいコンタクトセンターエクスペリエンスを提供できます。たとえば、靴の小売業者を思い浮かべてください。エージェントは電話で対応しながら、お客様が同社のWebサイトでいつも検索しているものと似ているサイズ24.5の靴のスクリーンショットを、電子メール、SMS、またはその他のチャネルで共有できるのです。または、応用範囲の広い衣料アイテムを実際に着用してみた様子を動画で見せることもできます。

エージェントデスクトップ:大量生産の武器

どんな優秀なエージェントでさえ、職場で役に立たないツールを与えられたら窮地に陥ることでしょう。エージェントの過半数(67%)が、1人の顧客と対応する間に3つから5つの異なるアプリケーションを使用する(Regalixの調査による)ことを考えると、これは問題だと言えます。しかも、コンタクトセンターのマネージャーの62%が、エージェントの視覚化を改善するためのシステム統合に苦心しています(Deloitteの調査による)。こうした問題は、あつという間にコストや収益性の問題へと波及します。Gartnerの調査によれば、エージェントの画面のチラツキによる生産性の低下は、平均的なコンタクトセンターで年間157万ドルにも及びます。

Avaya IX Contact Centerは既存のコンタクトセンター環境に簡単に追加できるオープン基盤を提供しており、質問の答えを探す、または変更を加えるためにエージェントが複数の情報画面に切り替えたり別のシステムに移動したりする必要性を最小限に抑えることができます。これなら、エージェントが請求に関する簡単な質問を受けたときに、メイン画面を離れたり、顧客を無意味に請求担当部署に転送したりせず、ポップアップアプリケーションまたは拡張機能によって情報にすばやくアクセスできます。

また、高度なデスクトップ分析により、エージェントは顧客が何を望んでいるのか、何が必要なのか、顧客自身が知覚する前に可視化できます。たとえば、自動車メーカーを思い浮かべてください。顧客との会話を絶えず分析することで、車の保守サービスが必要になる時期を、特定の部品の故障率を含めて正確に予測できるようになります。エージェントはその情報を活用して、顧客との対話の内容を的確に予測し、問題が発生する前にサービスまたは保守プランを勧めることができます。

アバヤについて

ビジネスは経験によって築かれるものであり、毎日何百万もの経験がアバヤ (NYSE:AVYA) によって築かれています。弊社は、100年以上にわたり顧客や従業員のためのインテリジェントなコミュニケーションエクスペリエンスを醸成することで、世界中の企業を勝利に導いてきました。アバヤは、クラウド、オンプレミス、またはハイブリッド環境で、コミュニケーションとコラボレーションを強化および簡略化するためのオープンで革新的な統合ソリューションを構築しています。

皆様のビジネスの成長のために、イノベーション、パートナーシップ、そして「次なるもの」を絶え間なく追及することに尽力しています。アバヤは、皆様が価値ある経験を提供できるように支援する、信頼のおけるテクノロジー企業です。

詳細はwww.avaya.com/jpをご覧ください。

従業員のエンゲージメント:よりスマートにフィット

今日の若い従業員は、コンタクトセンターが設立された当時とはかなり違います。エージェントは、自宅で使っているのと同じ種類のツールを職場でも使用し、さらなる柔軟性、よりパーソナライズされたトレーニング、より深いエンゲージメントを得ることを望んでいます。Avaya IX Contact Centerは、消費者用ツール、自動コーチング、音声分析など、多様な要素で構成された360度の従業員エンゲージメント戦略を提供します。

たとえば、音声インタラクションを分析することで、通信チャネルで顧客に提供している経験の種類をよく理解できるように、アプリケーション、手順、またはポリシーにおける制限事項など、エージェントがつまりく箇所をよく理解することができます。また、顧客の感情や懸念を理解するのと同じ方法で、従業員の感情や懸念について洞察を得ることもできます (eNPS、つまり従業員ネットプロモータースコアを作成することもできます)。

企業が顧客により効果的なサービスを提供するには、従業員に必要な経験を優先させる必要があります。これには、プロセス自動化、仮想アシスタント、モバイル対応など、エンゲージメントや対話に関連して消費者が望むものと同じテクノロジーが多く含まれます。たとえば、仮想アシスタントはエージェントへのサポートを自動化して、処理時間の短縮、精度の向上、コンプライアンスの維持を実現し、各自が役割に専念して満足感を得られるようにします。コンプライアンスの面では、仮想アシスタントに通話をモニタリングさせて、身元確認のし忘れや情報開示の失敗といった不正を検出することで、社内外のコンプライアンス違反を特定できます。また、同じ内容の繰り返しで単調なやり取りを排除する目的にこの種の対応を利用すれば、エージェントは本質的に刺激的で興味深い会話に従事できます。

急速に変化する今日にあって、コンタクトセンターが有意義な経験を育む基盤であることに変わりはありません。企業の皆様がクラウドジャーニーやデジタルジャーニーをどの段階まで進まれているかに関係なく、アバヤは将来へのコンタクトセンターにご案内することができます。

出典

<https://insights.datamark.net/call-center-insights/study-contact-center-digital-channel-interactions-to-surpass-voice-by-end-of-2016>

<https://www.strategyr.com/MarketResearch/market-report-information-graphic-call-centers-forecasts-global-industry-analysts-inc.asp>

https://www.regalix.com/wp-content/uploads/2019/01/CXO_Guide_Digital-Transformation-in-Contact-Centers.pdf

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/strategy/us-con-2017-global-contact-center-survey.pdf>

