



日本発、VOC活用の成功事例をグローバルで共有 グループ体の“OneQ”で最高の顧客体験を届ける



コンタクトセンターに蓄積された“顧客の声”をいかに活用するかは、カスタマーエクスペリエンス実践の重要なカギだ。テレビショッピング大手のQVCジャパンは、ベリントシステムズジャパンの「カスタマーエンゲージメント最適化ソリューション」を採用。会話音声分析（Speech Analytics）を活用することで顧客ニーズの把握と実践につなげている。

顧客とのより良い関係構築に、カスタマーエクスペリエンス（CX：顧客経験価値）の重要性が増している。顧客が自社や商品・サービスについてどう思い、何を期待しているかを把握し、それを実践することが“選ばれ続ける企業”としての必須要件となる。そのカギを握るのが“顧客の声＝VOC（Voice of Customer）”の分析である。

24時間365日生放送のテレビショッピング番組を提供するQVCジャパンは、2013年4月に新社屋に移転すると同時にコンタクトセンター基盤を刷新。全通話録音からモニタリングによる品質管理、さらにVOC分析による業務改善と、通話音声を使いこなす仕組みを構築し、目下、CX実践に注力している。そのベースとなるのが、ベリントシステムズジャパンの「カスタマーエンゲージメント最適化ソリューション」だ。

全通話録音からの対応品質管理 スキル平準化とボトムアップを図る

同社コンタクトセンターは、千葉県・幕張の本社内に構え、席数は約300席。24時間365日、顧客からの注文や問い合わせに対応している。エージェントは約400名、このうち約80名は在宅オペレーションも行う。前述のように現在のセンター基盤を構築したのは2013年4月。

「2000年6月の設立から2001年4月の放送開始に合わせ、急ピッチでシステム構築する必要がありました。このため、残念ながら、きちんとした通話録音の仕組みを備えていませんでした。お客様の声の重要性は早い段階から意識していましたので、システム更改時にVOC分析機能を強化するというのが念願でした」と、カスタマーサービス&エクスペリエンスディレクター&ゼネラルマネジャーの植松浩美氏は振り返る。

ベリント製品を選んだ理由は、通話録音から品質評価、音声分析までを一気通貫で提供できる点だ。複数社のソリューションを組み合わせるのと比べて操作性を統一でき、構築期間や費用も抑えることができる。何よりベリントの強力なサポートが得られることもポイントだ。

具体的なソリューションの活用ステップを図1に示す。第一段階では全通話録音を実現。それまで電話機に個別に録音装置を取り付けていたが、サーバーによる一元管理を行えるようになった。第二段階では、対応品質管理を強化。現場管理者（スーパーバイザー）によるリアルタイムでのモニタリングを可能にし、臨場感ある指導やアドバイスを実現した。さらに品質管理（クオリティ・アシュアランス）チームによる評価を実施。エージェントのスキルを底上げすることに役立っている。



ソリューション

カスタマーエンゲージメント最適化ソリューション：
全通話録音（Full Time Recording）
対応品質管理（Quality Management）
会話音声分析（Speech Analytics）



業界

テレビ、インターネットなど
マルチプラットフォーム通信販売業



国・地域

日本

企業概要

所在地：千葉県千葉市美浜区
ひび野2丁目1番地1
設立：2000年6月
（事業開始：2001年4月）
資本金：115億円
代表者：代表取締役会長 兼 CEO
グレゴリー・ベルトーニ
従業員数：1600名（2014年12月）
事業内容：テレビショッピングを
主体とした通信販売業
URL：<https://qvc.jp/>

導入目的

- QVCが競争優位に立つには顧客の声をきちんと分析し、ニーズの把握と実践によるカスタマーエクスペリエンスの強化が重要だった
- その前提として電話対応品質の底上げが求められていた

導入効果

- 現場管理者のリアルタイムモニタリングによる迅速なサポートの実現
- 音声通話の可視化による問題点の抽出、的確な指導実施、品質向上
- VOC分析による顧客の隠れたニーズの把握と実践、CX向上

“OneQ”を旗印にグローバルで統一して成功体験を共有しようという取り組みの中で、VOCは重要なファクター。QVC ジャパンが先駆けて活用し、その成功体験をいかに共有できるようになるか、非常に期待しています。

カスタマーサービス&エクスペリエンス
ディレクター 植松 浩美 氏

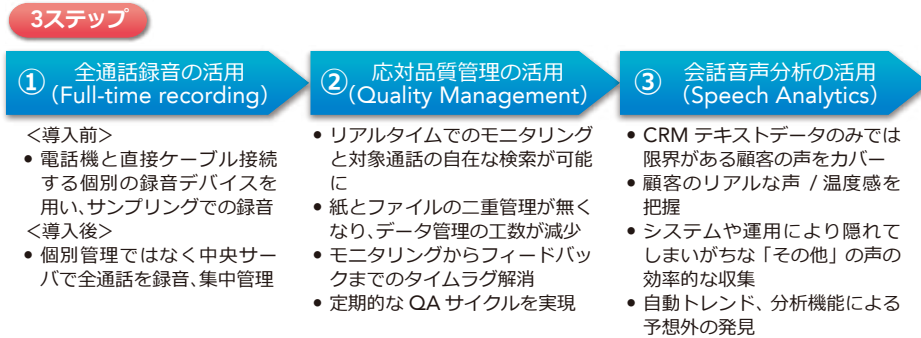


全通話録音／応対品質管理／会話音声分析の3機能を活用できることで、リアルタイムモニタリングの実現、弊社センターに適した評価指標のカスタマイズ／音声テキストに基づく『お客様の声分析』が実現されました。

カスタマーサービス&エクスペリエンス
カスタマーエクスペリエンス マネージャー 増川 俊哉 氏



図1 Verintソリューションの段階的活用



「以前はランダム録音によるモニタリングのため、本当に指導すべき通話を見つけるのに大変な労力を要していました。現在は問題のありそうな通話をグラフィカルに確認でき、ピンポイントでのモニタリングとフィードバックが行えます」とカスタマーエクスペリエンス マネージャーの増川俊哉氏はメリットを強調する。

通話内容は録音と同時に音声分析およびテキスト化される。例えば、エージェントと顧客の感情の起伏、沈黙や被りなどの状況、通話時間、保留時間などを可視化。問題のありそうな通話があれば、該当箇所をテキストで確認すると同時に実際の音声聞き、要因特定と迅速なフォローアップにつなげていく（画面1）。これにより、品質評価をすべき通話を、適正かつスピーディーに検索することが可能になった。

会話音声分析で“課題”を可視化 見落とされがちな顧客の声を抽出

第三段階は会話音声分析だ。顧客ニーズの把握とその実践となる。

「エージェントがCRMシステムに残す対応履歴には限界があります。お客様のリアルな声を分析することで真のニーズや問題を発見することに努めています」（増川氏）

テキスト化された音声通話は、頻出単語や急増ワードなどで集計される。過去のトレンドや類似商品の傾向と比べて気になるワードがあれば、その原因をさまざまな角度から分析できる（画面2）。「分析専門家でなくても気になる部分を特定して要因分析できる」（増川氏）ため、関連部署などへ新鮮な情報を素早く届け

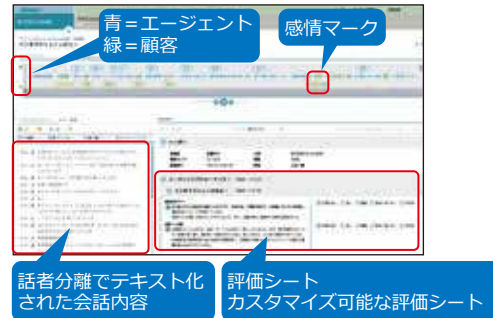
られる。例えば、アパレル商品の裏地に関する質問が多ければ、番組司会者（ナビゲータ）の商品紹介の手順を工夫すれば解決でき、より楽しい買物体験につながられる。

現在、QVCは、グローバルで“OneQ(ワン・キュー)”をキーワードにCX強化に乗り出している。「欧米や中国、日本を含め、すべてのQVCが1つのQVCとなってお客様に最高の体験を届けよう」と取り組んでいます。カスタマーサービス&エクスペリエンスというチーム名は、それ

を体現する意志の現れ。VOC活用はQVCジャパンが先鞭をつけていますので、成功体験を積み重ね、日本発でグローバルで共有化していきたいと思います」と植松氏は力を込める。

図2 ベリントの会話音声分析の最新バージョン画面サンプル

画面1 テキストと音声同期再生される応対品質評価



画面2 期間を自由に指定してトレンドを表示



The Customer Engagement Company™

ベリントシステムズジャパン株式会社

〒102-0083 東京都千代田区麹町5-1
NK真和ビル8F

CEQVC020217J

ベリントシステムズ (Verint Systems Inc.)

ベリントシステムズ (NASDAQ:VRNT) は、カスタマーエンゲージメント最適化とサイバーインテリジェンスにフォーカスしたアクションナブルインテリジェンスのグローバルリーダーです。フォーチュン100企業の80%以上を含めた180ヶ国以上10,000を超える企業や団体が、ベリントシステムズのソリューションを利用して企業力を向上しています。ベリントシステムズはアクションナブルインテリジェンスを活用して、スマートな世界を創造します。

03-6261-0970

al_japansales@verint.com

http://www.verint.co.jp