



## NTTコミュニケーションズ カスタマーズフロント

# チャットボット、音声マイニング—— “デジタルシフト”で挑む運営改革

●受賞企業レポート

ISP(インターネット・サービス・プロバイダ)事業の問い合わせ窓口を担うNTTコミュニケーションズ カスタマーズフロントは、「チャット/チャットボットの拡充」「音声マイニング(顧客の声分析)の活用」による生産性向上を実現。最新のIT技術を用いた「コンタクトセンター変革」を推し進めている。

変革の背景は、“電話離れ”など顧客の多様化、ISP市場の飽和に伴うコンシューマ向けサービスの縮小にある。そこで同センターは、SOHOを含めた法人のサポート対応にも業務を拡張。それでも従来の個人のスキル依存度が高い“人海戦術型”の電話対応中心では、コスト負担が大きいうえに、応対品質の維持が難しいと判断し、オペレーション改革に着手した。

まずチャット/チャットボット

は、ボットがオペレータチャットの前に一次対応として機能する“ハイブリッド運用”を目指した。具体的には同社の公式ホームページにチャットボット窓口を設置。顧客の問い合わせに応じて適切なFAQを提示し、問題解決できなかった場合はオペレータに引き継ぐ仕組みだ。自動応答による顧客接点拡大と、チャットの複数人対応による効率向上という効果が期待できる。実際、サポート開始から6カ月で、チャットボット/チャットのリクエストは、全体の問い合わせの約10%に相当する件数に伸びている。

一方、音声マイニングの活用は、オペレータの回答支援として効果を発揮。通話音声リアルタイムに音声認識して問い合わせ内容を把握。回答に必要なコンテンツをオペレータPC画面にポップアッ



NTTコミュニケーションズ 第一営業本部 ダイレクトマーケティング部門 お客様サービスセンター 担当課長 寺西恭子氏

プさせたことにより、SVの上げ対応の負荷(挙手率)の50%減に成功している。

### オペレータの“スキル”カバー NGアラートで勸奨呼を察知

法人向けのカスタマーサポートは、商品知識に加え、顧客(企業)のニーズを察知して適切な商材を提案(勸奨)するスキルが求められるが、一朝一夕に習得できるものではない。そこで、音声マイニングに搭載された「NGアラート」を機能を活用。あらかじめ登録した「店舗」や「セキュリティ」といった“(顧客の)ニーズを表す単語”が会話に出現すると、SVのPC画面に「販売機会呼」としてアラート表示。SVがオペレータに適切な商材の提案を指示することで、オペレータの提案スキルのばらつきをカバー。結果、法人のサービス申込み状況は好調に転じている。

図 デジタルシフトによる3つの打ち手

課題① 呼の急減	・呼減に伴う予算の縮小による ・運用効率化 ・顧客接点の拡大	課題② 受注構造の変化	・コンシューマ向けサービスの縮小
打ち手① チャンネル拡充	チャット/チャットボットのハイブリッド運用を開始		
打ち手② チャンネル拡充	音声マイニングの活用でSV、オペレータの業務を効率化		
打ち手③ 法人向けサービスへの舵切り	音声マイニングの活用で勸奨呼の見える化		