

# 「感情カルテ」でオペレータの“ココロ”を見える化 データ主導型コミュニケーションを推進

スカパー・カスタマーリレーションズは、デジタルチャネルへの移行やオペレーションの自動化に伴い、電話対応の内容が高度化。その結果、エスカレーションが頻発するなどSVは多忙を極め、オペレータの育成やサポートに十分な時間をかけられずにいた。そこで、オペレータの“ココロ”の可視化とSVの業務効率化との両立を目的として、感情解析技術を活用したオペレータ支援体制の整備を図った。

## 発話から意欲/ストレスを可視化 適切なタイミングでSVがフォロー

具体的には、アドバンスド・メディアの音声認識システム「AmiVoice」に標準搭載されてい

る感情解析機能をベースに、感情解析ツール「感情カルテ」を自社開発した。

顧客・オペレータ双方の43種類の感情をNPSや業務成果と紐づけて定量分析し、相関性の高い感情をピックアップ。感情カルテでは、オペレータのモチベーションやストレス度合いを可視化(図)。発話者の「恐怖」「怒り」「喜び」などの感情が一定の閾値に達するとアラートが表示され、サポートすべきタイミングを示す。

長期間のデータを基に、オペレータのモチベーションの変化も可視化できる。

顧客側の心理状況も可視化できることから、トークスクリプトの見直しにも活かしている。具体的



ビジネスプロセスソリューション部 兼 CXデザイン部 品質保証チームの宮川正俊氏

には、「差し支えなければ解約理由をお聞かせください」という表現では解約理由を引き出すのが難しいというオペレータの意見を参考に、「スカパー！で何か至らない点がございましたか」と尋ねるトークスクリプトに変更したところ、顧客の「喜び」の感情が4倍程度増加、解約抑止率も前年比1.3ポイント増の4.9%に向上した。また、NPSとの相関が強かった感情をベースに、顧客満足度を全コールで取得できるようになった。

ビジネスプロセスソリューション部 兼 CXデザイン部 品質保証チームの宮川正俊氏は、「オペレータの感情変化から適切なタイミングでフォローする体制を作ったことで、一緒に課題に向き合い、支え合う存在となれた」と成果を述べる。今後は、感情データに基づきパーソナライズ化した対応の実現を目指す。

図 「感情カルテ」の画面例

