



5万件のデータをAIが学習 評価・指導の成果を最大化する品質管理ツール

コンタクトセンターにとって、「顧客体験(CX)向上」は重要なミッションだ。とくにデジタル化が進んだ現在は、Webで調べて自己解決できずに電話する消費者が多く、いわばCXが低下した状態での問い合わせが増えている。

「電話対応がお客様のCXを決定づける最後の砦。コールセンター運営のプロとして、電話での対応品質向上を最優先の使命と考え、どのようにすれば効率的に、より効果的にオペレータを指導できるかに取り組んできました。その成果が、モニタリング自動化ツールの『Act Quality Management(AQM)』です」と、NTTマーケティングアクトProCXの吉川秀子氏は説明する。

電話の対応品質向上には、定期的なモニタリング評価とコーチン

グが欠かせない。しかし、多忙なSVにはオペレータ1人あたり月1件のコールを聞くだけでも大変な工数となる。オペレータにとっても、たった1件のコールで評価されては不公平感が生まれ、不満から離職へつながりかねない。

20件の自動評価から指導点分析 効果的なコーチングを実践

AQMは、1カ月にオペレータ1人あたり20件のコールを抽出し、同社独自の評価基準に基づいて自動評価する。SVは20件の評価結果から指導すべきコールを選出。コーチングに向けた評価検証を行い、必要に応じて評価を修正、あるいは改善のためのコメントを記入しながらアドバイスシートを作成。対面コーチングで弱点を重点的に指導していく(図)。



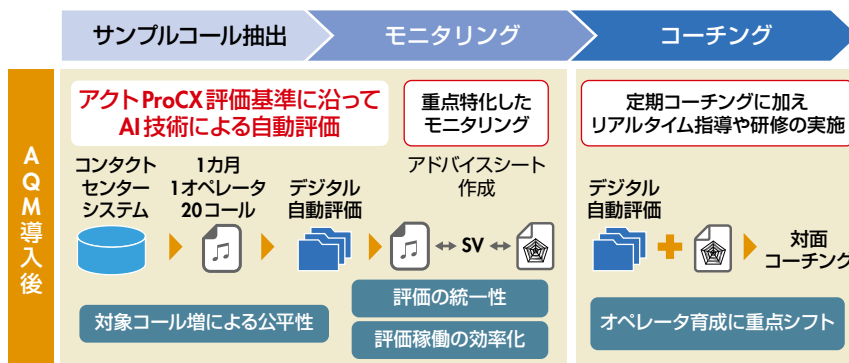
CXソリューション部の吉川秀子氏(左)と、辻井拓也氏

「20件の評価データがあれば、各評価項目のスコアの良し悪しや、バラつきの大きい評価項目などがわかり、指導すべきポイントも明確化。従来の1件、せいぜい数件程度の評価による指導より、はるかに効率的かつ効果的な指導が可能になります」と吉川氏は話す。

AQMは3つの技術を活用。音素解析は、声の大きさや強弱、抑揚などを定量的に評価。テキスト解析はテキスト化されたフレーズごとにスコアをつける。感情解析は顧客の発する音素やフレーズなどから終話時の感情を解析。3つの技術と独自評価基準で評価している。AIと人間の評価のブレをなくすため、人手で評価した約5万件のデータをAIに学習させた。

AQMの活用により、対応品質だけでなく生産性まで向上した業務もある。なにより、オペレータの納得度が高まったのも成果だ。

図 AQMによる導入効果



受賞企業レポート