

2 ForeSight Voice Mining (FSVM) の Value 刷新とグローバル展開

お客様の価値向上を実現するFSVM デザイン思考で海外展開も後押し

NTT テクノクロス株式会社（以下、NTT-TX）では NTT 研究所の技術を活用してコンタクトセンター（以下、CC）業務を支援する“ForeSight Voice Mining（以下、FSVM）”を提供している。本稿ではデザイン思考を活用したFSVMのUIやValueの刷新とグローバル展開の取り組みについて紹介する。

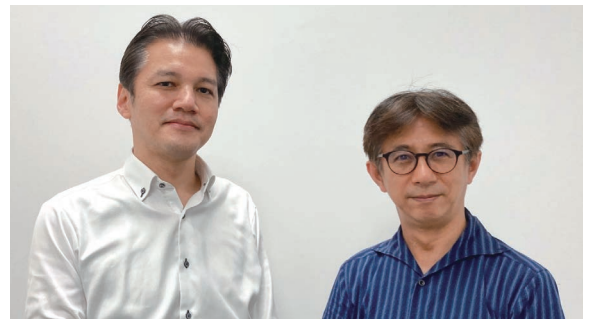
多機能なFSVMをお客様がどのように利用しているかを調査・分析

FSVMはNTTの研究所が開発した音声認識技術や自然言語処理技術等を活用したCC向けのCXソリューションである。CCで求められる機能を多数装備し、顧客価値を高める機能拡張も随時実施されていることから、金融・保険・通信などのCC業界を中心に導入されている。

2019年に実施されたFSVMのバージョンアップでは、ユーザーエクスペリエンス（UX）を向上すべくユーザーインターフェース（UI）

を刷新した。そこで重要な役割を果たしたのが、デザイン思考の専門部署である「こころを動かすICTデザイン室」（以下、デザイン室）だ。

「私たちは調査、分析、デザイン、テストの4ステップを繰り返すことで、『こころを動かすICTデザイン』を実現しています（図1）。デザイン思考は、ユーザを深く理解することが基本となります。FSVMのバージョンアップにあたり、どのように使われ、使われている機能は何かなど、お客様へヒアリング調査を実施しました。その結果、良かれと思い実装したものの、実際には使われていない機能が予想以上に多いことがわかり、バージョンアップに合わせてUIを根本から作り直すことにしました。」（大野氏）



NTT テクノクロス株式会社
（左から）カスタマーエクスペリエンス事業部
グローバル戦略部門長 本多 徹氏
戦略ビジネス特区
こころを動かすICTデザイン室長 大野 健彦氏

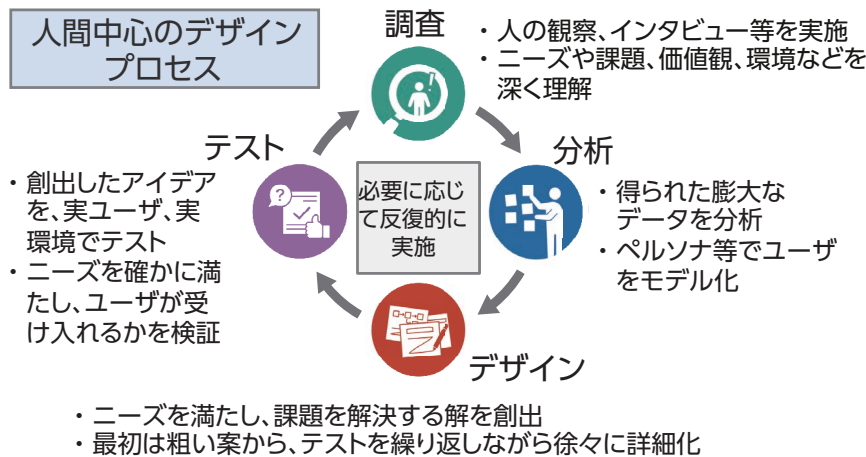


図1 こころを動かすICTデザインの作り方

お客様が必要とする機能を絞り込みデザイン・テストを繰り返し実施

はじめに、ヒアリング内容を基に、ペルソナを設定し、FSVMの具体的な利用シーンを示した落とし込んだシナリオが作成された。次に、ペルソナとシナリオから、必要と思われ

る機能と操作画面を検討し、より使いやすい画面イメージをラフデザインに起こす。そのラフデザインの感想をお客様から聞いて改善する作業を何度も繰り返しながら、最良なUIとして形作っていった。本当に必要とされている機能だけに絞り込み、より簡単に使ってもらえることを目指した新たなUIは、お客様から好評であり、良い意味で「NTTらしくない」と言われることが多いという。

「Human Augmentation」による価値を訴求してグローバル展開

NTT-TX では FSVM の海外展開も進めている。海外には、FSVM のような競合製品が多いため、FSVM の強みやお客様に提供する価値の違いを明確に定めた。

「海外における競合他社製品の多くは、“自動化”により人員削減を図っており、コスト削減することを目的としています。海外のCC責任者の中には、何人削減したかがKPIとなることもよくあります。一方で、FSVMは“Human Augmentation”により顧客ビジネスの収益拡大やCX向上を目的としています。(図2)

CCでお客様対応中にオペレータや管理責任者をリアルタイムに支援することで、収益拡大やCX向上といった顧客価値を提供できます。ここで“Human Augmentation”という言葉は、人の対応能力を強化するということを意味しています。人を支援するためにAI技術を活用するというアプローチはとてもNTTに合っていると思っています。」(本多氏)

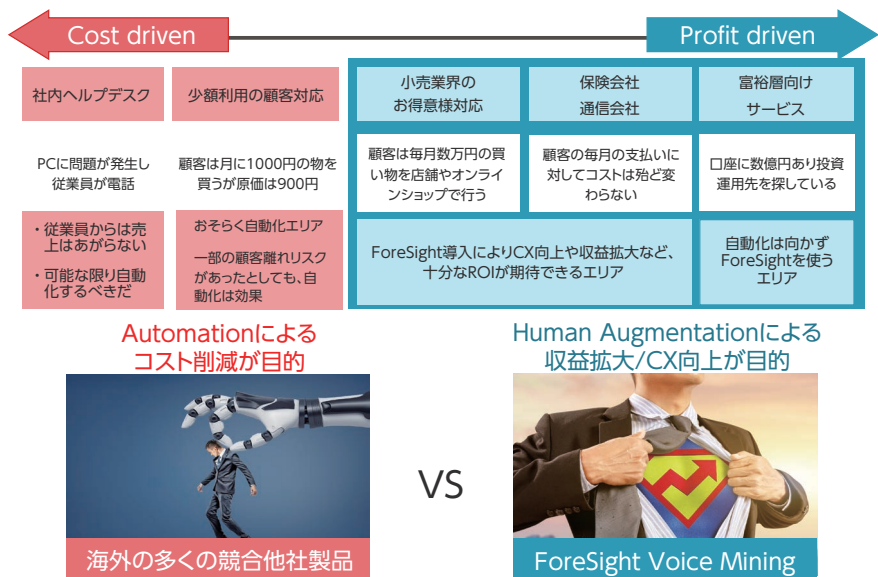


図2 ForeSight Voice Miningがフィットするコンタクトセンター

「リアルタイム」と「個社対応チューニング」がFSVMの強み

海外の競合製品にはオペレータの対応品質の向上を目的にした製品もあるが、その多くは通話終了後やバッチ処理で音声認識やテキスト分析をするため、「リアルタイム」でオペレータや管理責任者を支援できることはFSVMの強みだ。また、FSVMは、お客様ビジネスの専門用語の音声認識精度を上げるため、個社別に音声認識モデルをチューニングすることも可能である。このチューニング要望に柔軟にお応えできることもFSVMの大きな特長だ。

グローバル展開におけるデザイン思考の活用

FSVMは多機能であるからこそ海外展開においてもデザイン思考のアプローチは重要である。

「北米の事例では、実際のCCを訪問し、関係者に幅広くヒアリング

と行動観察を行いました。そしてFSVM活用の価値を考えるワークショップを通して具体的なユースケースに合意しました。お客様によるPoCでその価値を確認できたことが、商用サービス導入につながったと考えています。」(大野氏)

海外のNTTグループ会社との連携でビジネスを拡大

NTT-TXでは海外のNTTグループ会社と連携して各社のCXソリューションにFSVMを組み込んでもらえるようビジネス提携を進めており、パイプライン拡大のために営業ノウハウやデザイン思考ノウハウも共有している。

「2021年度は新規顧客開拓に向けて海外のNTTグループ会社に対して販促や技術の支援することで初期の実績作りに注力しています。2023年度までには現地のNTTグループ会社主導のビジネス拡大を目指したいと思っています。」(本多氏)