



ネスプレッソ、NiCEの Interaction Analytics を導入し、世界中の顧客 体験を向上

コーヒーメーカーの世界的パイオニアであるネスプレッソは、世界各地の主要市場でコーヒーマシンとカプセルコーヒーの販売、各種サポートを提供しています。これらの地域のカスタマーサポートを担当するリーダーたちが協力し合い、NiCE Interaction Analyticsを活用して顧客データを分析し、さまざまなトピックに関する貴重なインサイトを抽出しています。顧客の感情分析を標準化する取り組みが、各地を担当するリーダーたちの市場のニーズ理解に役立っています。そうして得たインサイトを活用することで、ネスプレッソの各国を担当するオフィスがそれぞれ業務提携する外注企業各社の行動面や技術面でのギャップといった共通課題を明らかにすることもできます。

初回解決率 +8%

ベルギー市場は
初回解決率が
4ヶ月で改善



解決率 12倍

AIロボットによるセル
フサービスガイダン
スで、定期的なメン
テナンス問題の
解決率が向上



28% 改善

自動音声応答 (IVR)
での決済完了状況
が改善



非通話時間の長いコ ールの件数が半減

非通話時間が非常に
長いコールの件数が
複数の市場で
大きく削減



通話接続中の非通話時間を削減

分析により、特定のオペレーターの非通話時間
が長いことが明らかになり、コールセンター外
注先での技術的問題が判明



ネスプレッソについて

会社概要

ネスレグループ会社のネスプレッソは、家庭向けや業務用に適したエスプレッソマシンとそのカプセルコーヒー、さらにはカップなどのアクセサリ商品の開発・販売、各種サポートを提供しています。

業界
消費財

ウェブサイト

www.nespresso.com

本社所在地

スイス・ヴヴェイ

オペレーター数

1,300名

改善活動にあたり導入したNiCE製品

- [NiCE Interaction Analytics](#)
- [NiCE Quality Management](#)
- [顧客満足度のためのNiCE Enlighten AI](#)

インフラやワークフロー等の再構築 による改善目標

- 初回解決率の改善
- 顧客体験の改善
- オペレーター通話時間割合の改善
- クロスセル/アップセル機会の特定

活用した各種機能

- 会話内容分析
- AIによる感情分析
- 高性能クエリエンジンおよびレポート
- 根本原因分析ダッシュボード
- 問い合わせ内容等の自動抽出によるリスト作成
- ビルトイン式ワークフローによる洞察の自動取得
- オペレーターのソフトスキル行動分析



01 導入前の状況

世界各地の拠点で独自に インサイトを取得して戦略を展開

ネスプレッソは、自社のネスプレッソライン発売からおよそ40年、今や国際的なブランドとして名声を博し、世界各地の主要市場で広く普及しています。同社が手掛ける多くの市場で、カスタマーサービスは国ごとに運営されており、それぞれの担当オフィスが独自の顧客ケア戦略を展開しています。リーダーたちは、特にネスプレッソ所有期間中の、時に複雑なアフターセールスのエンゲージメントを中心に、実際に行動に移せる効果的な方法の共有機会をもっと作りたいと考えました。

02 状況を打破したい

顧客と交わす数々の通話に潜む機会

ネスプレッソは、顧客体験の全体的な品質向上を目指し、繰り返し続くコールの根本原因を特定しようと考えました。その取り組みの中で指摘されたのは、特定のある製品ラインで批判的なフィードバックがとりわけ多く継続的に寄せられていることでした。中には、短期間で8回もサポートを希望する顧客のコールまであったのです。「ネスプレッソのこだわりは、お客様にできるだけ手間をかけずにご利用いただけるようにすることです」と、ネスプレッソベルルクスオフィス（ベルギー・ルクセンブルク）で品質管理を担当するSamira Zaoudi氏は言います。「ただ、それを実現するにはまず、私たちの対応手順が複雑すぎるのか、当社のコーヒースペシャリストが満足のいく答えを導いていないのか、はたまたナレッジデータベースが不十分なのか、把握する必要がありました。」

他の地域では、リーダーたちはカスタマーケアへの投資を効果的かつ最大限に活用する機会を模索しました。「調査分析により、技術的な問い合わせのコールの平均処理時間が大きく伸びていることがわかりました」と、ネスプレッソカナダオフィスでエクスペリエンスマネージャーを務めるSriparna Sen氏は語ります。「そしてこの件数では、平均処理時間がほんの数分伸びただけで何兆何億という額のコストアップになってしまいます。」

03 ソリューション

世界各地の顧客との やりとりからインサイトを導きだす

米国市場から進出し、カナダ、そしてヨーロッパへと市場を広げていく中で、ネスプレッソはNiCE Interaction Analyticsを導入して、企業顧客および消費者顧客からのコールについて多岐にわたる分析を実施しました。会話内容を深掘りしたインサイトと自動生成されたトピックのリストが分析と議論を加速し、ネスプレッソのカスタマーケアを担当するリーダーたちは顧客の生の声から核心を突く幅広いインサイトを得られるようになりました。「以前はコールから非常に限られた情報しか抽出できていなかったのですが、Interaction Analyticsはより広範囲かつ本質をとらえたインサイトの取得とデータ駆動型分析を可能にしてくれます」と、Sri氏は語ります。

北米担当の経営陣は顧客の感情指標に関して標準化された一連の基準を設け、その後、他国担当のネスプレッソチームにも展開しました。各国オフィスも同様に、各地で取得し蓄積していたインサイトにInteraction Analyticsを活用する方法、受託業者との連携方法を学びました。「Interaction Analyticsをカスタマイズし、クエリを標準化することで、受託業者がタスクを積み重ねるほど私たち皆のインサイトが深まります」と、Samira氏は言います。「外注企業からの連絡先情報をすべて取り込み、コールを広くサンプル抽出することで、当社チームはもっと働きかけるべき顧客体験の分野の特定に役立てています。」

感情分析のスコアリングに加えて、Interaction Analyticsはオペレーターの行動や外注企業が抱える音声等の技術的な問題、顧客およびオペレーター両者の長い非通話時間、通話接続中断を示唆する短時間のコールといった様々なコール特性を明らかにします。これらの項目をフラグとして挙げて、BPOプロバイダーとの議論および改善に役立てることが可能です。市場によっては、Interaction Analyticsの洞察をほかの部門や専門技術者、eコマース担当、マーケティング担当と共有することで、実際の顧客体験の理解を深めています。

04 改善の結果

顧客の問題を深掘りし、個別、および共同の成功を達成

分析を通じて明らかになったポリシーや対応手順、外注企業の責任の変更が、様々な面でネスプレッソ、そして顧客にとって有益な結果となりました。

- ネスプレッソ ベルルクスチームはInteraction Analyticsが作成した一連のデータを基に表示されるダッシュボードを開発し、マシンのメンテナンス問題に関連して繰り返しかかるコールの根本原因を特定しました。問題への対処にチャットボットを開発し運用を促進したことでセルフサービスでの解決率が12倍も向上し、これが全体的なコール件数も削減しています。
- また、根本原因の分析は、コールのワークフローが手間のかかる手続き後に再度かけ直すよう顧客に指示するもので、顧客の多くがその後の対応を諦めてしまっている点も指摘しました。このワークフローはオペレーターのかけ直しをスケジュール調整するように変更され、解決率と満足度は大きく向上しました。
- 同様の根本原因分析でも、かけ直しがコール対応の成果と顧客満足度(CSAT)の改善をサポートすることが分かりました。なぜならマシンを所有するオーナーの多くが、たいていの場合、ネスプレッソマシンの近くにいないときに電話をかけてくるからです。
- カナダでは、Interaction Analyticsが営業電話の際の新たなクロスセル機会に関するインサイトを提供しています。「分析から得たインサイトや、当社経営陣を交えた聞き取りで、営業電話中にオペレーターがうまく機会を掴めていないなど非常に有益な発見がありました。今では、こうした営業の成果を改善するためのフィードバックやコーチングのプロセスが導入されています」と、Sriは語ります。「このツールが、分析はもちろん、分析に基づく行動や、フィードバックに対する行動を可能にしてくれています。」

- 米国市場では、オペレーターあるいは顧客側の操作ミスにより再初期化が必要となった決済の頻度を追跡するため、自動音声応答(IVR)システムにより、顧客がクレジットカード情報を安全に入力できる方法を開発・導入しました。Interaction Analyticsを活用し、ネスプレッソはIVRによる決済完了率が28%も向上していることが分かりました。

また、複数の市場で、非通話時間の長いコールへの対処にも成功しています。スイスでは、外注企業と率直な議論の場を設け、非通話時間の長いコール件数を50%も削減しました。「Interaction Analyticsは、日々起こりうる問題に即座に対応できるようサポートしてくれます。その範囲も、請求の問題からマシンの問題、販売促進に至るまで、多岐にわたります」と、ネスプレッソスイスでカスタマーエクスペリエンスサクセスエキスパートを務めるZoraya Hofmann氏は語ります。

05 今後の計画

データを通じた分析と行動の実現

ネスプレッソは引き続き、2024年に参入したばかりのオランダやブラジルを含む主要グローバル市場にInteraction Analyticsの洞察を取り入れていきます。同社はまた、顧客満足度向上のためのNiCE Enlighten AIを導入し、顧客からのフィードバックと組み合わせて共感分析の基準を探る計画も立てています。

“

以前はコールから非常に限られた情報しか抽出できていなかったのですが、Interaction Analyticsはより広範囲かつ本質をとらえたインサイトの取得と分析を可能にしてくれます。このツールが、分析はもちろん、分析に基づく行動や、フィードバックに対する行動を可能にしてくれています。

SRIPARNA SEN

ネスプレッソ カナダ

カスタマーエクスペリエンスマネージャー

NiCEについて

NiCE (NASDAQ:NICE) は、世界中のありとあらゆる組織の、重要なビジネス指標を達成しながら特別なカスタマーエクスペリエンスをかつてないほど簡単に生み出すサポートをしています。世界トップレベルのクラウドネイティブ・カスタマーエクスペリエンス・プラットフォーム「Cxone」を擁するNiCEは、AIを活用したセルフサービスとオペレーターアシスト型コンタクトセンター向けCXソフトウェアを提供する世界的リーダーです。フォーチュン100企業の85社を含め、150ヶ国以上にわたる2万5000社以上の組織が、一つ一つのカスタマーインタラクションを変革し、高めるためにNiCEのソリューションを利用しています。

www.nice.com

NiCEが所有する商標について詳しくは、<http://www.nice.com/nice-trademarks>をご覧ください。

NiCE

