

ヒューマン・コネクション: テクノロジーを活用し カスタマーエクスペリエンスの 向上を図る

ベライゾンとLongitudeが
実施した新たな調査に基づく
5つのヒント



デジタルテクノロジーを活用したブランドの消費者対応はますます進化しています。しかし、そのようなやり取りで人と機械のそれぞれが果たす役割に、果たして消費者は満足しているのでしょうか？

実態を把握するために、16か国にわたる5,601人の消費者を対象に調査を実施しました。

1 機械による対応を受け入れる 消費者の割合は増加

機械学習や自然言語処理をベースとした、人工知能（AI）チャットボットなどのインテリジェントツールによる全自動のガイダンスを消費者はこれまでより受け入れるようになってきました。

56%

全自動の応答システムに満足していると回答した消費者の割合

16%

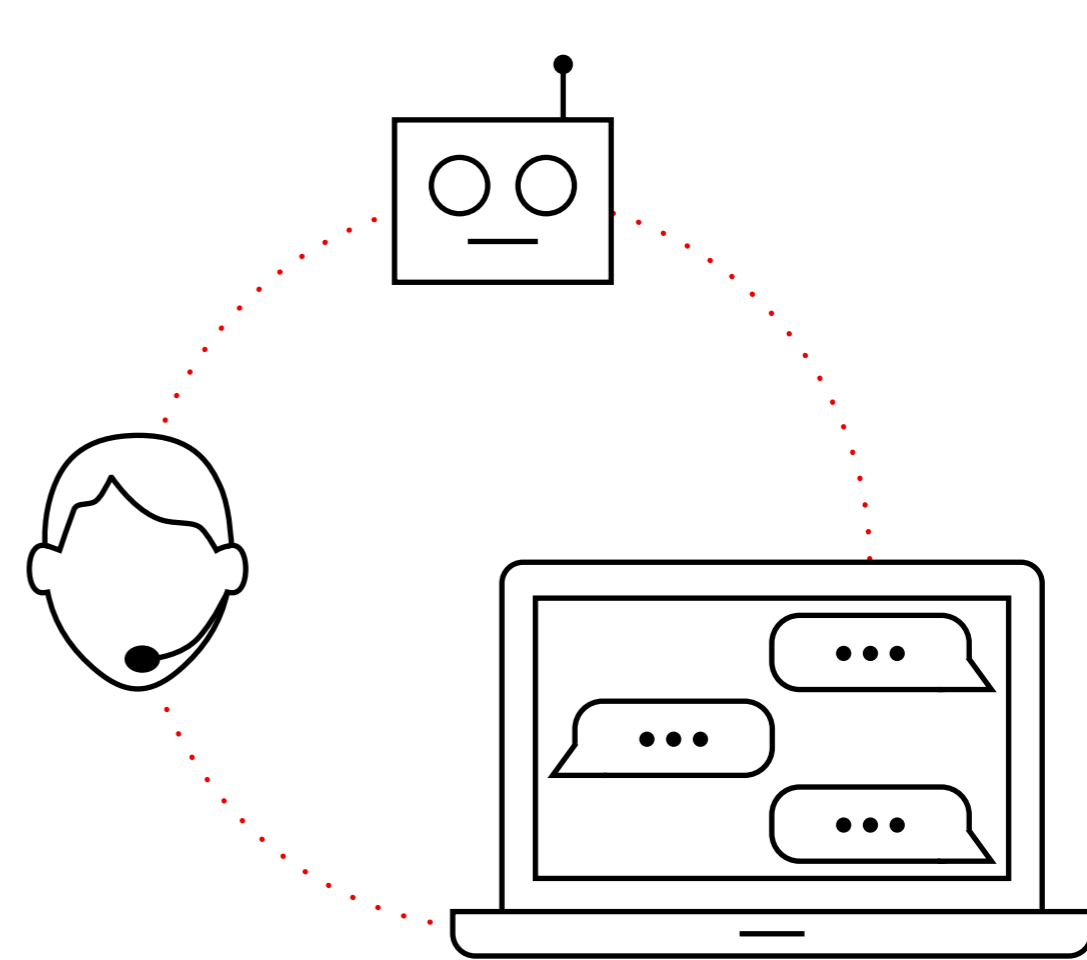
全自動の応答システムに不満があると回答した消費者の割合

2 人による対応は重要な選択肢

78%

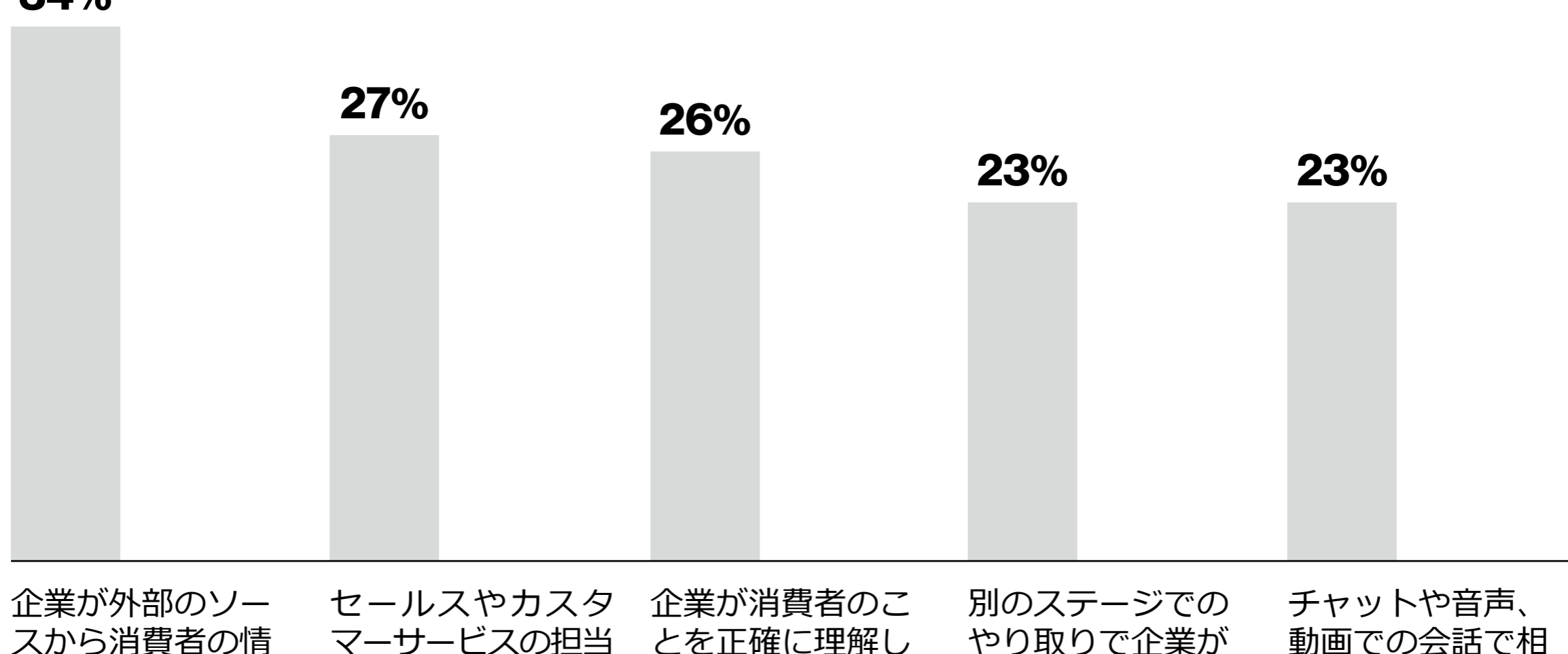
テクノロジーによる対応と人による対応を融合したほうが人による対応だけのときよりもエクスペリエンスが高くなると考える回答者の割合。

とはいえ、人が対応してくれるシステムを消費者が望んでいることには変わりはありません。



3 顧客データ使用に対する信頼感は機械対応における信頼の構築に不可欠

オンラインでの対応でデータの扱いに問題があったり、消費者に抵抗を感じさせてしまうようなブランドは、消費者から相手にされなくなります。



企業が外部のソースから消費者の情報を得ていることが明らかである

セールスやカスタマーサービスの担当者とは直接会話をしたりチャットを交わしたりできない

企業が消費者のことを正確に理解していない

別のステージでのやり取りで企業が消費者の情報を失くしている

チャットや音声、動画での会話で相手の使う言葉が不自然である

4 透明性を欠いた対応は利益損失の可能性

65%

AIボットによるガイダンスでの対応を採用している企業に誠実さを求める回答者の割合

41%

透明性を欠いた対応をする企業との関係は減らしていくと述べた回答者の割合

5 「ヒューマン・コネクション」が機械対応でも可能になるという考えが発展中

チャットボットなどの自動応答システムでは、「ヒューマン・コネクション」を築くことはできないと現在でも多くの消費者が考えています。しかし、それが可能であると考えられる消費者の数も実は少なくないのです。特に若い世代のグループではそう考える傾向があります。

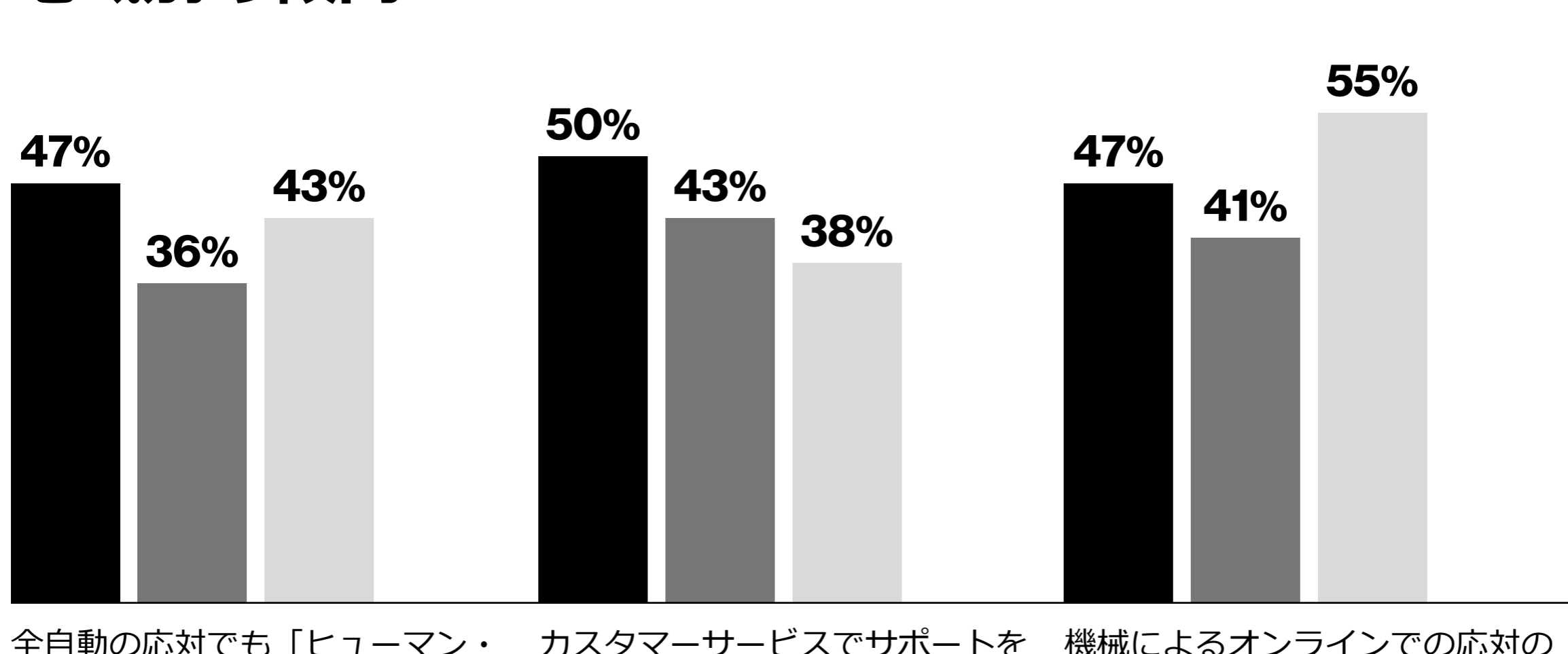
41%

全自動の対応でも「ヒューマン・コネクション」の構築が完全に可能であると述べた回答者の割合

48%

全自動の対応でも「ヒューマン・コネクション」の構築が完全に可能であると述べた18歳から34歳の回答者の割合

地域別の傾向



全自動の対応でも「ヒューマン・コネクション」の構築が完全に可能であると述べた回答者の割合

カスタマーサービスでサポートを受ける場合に通常は人による対応は必要ないと述べた回答者の割合

機械によるオンラインでの対応の品質が2年前と比べ向上していると述べた回答者の割合

■ 米国 ■ 欧州 ■ アジア太平洋地域

50%

カスタマーサービスでサポートを受ける場合に通常は人による対応は必要ないと述べた米国の回答者の割合

55%

機械によるオンラインでの対応の品質が2年前と比べ向上していると述べたアジア太平洋地域の回答者の割合

47%

全体として、47%が機械対応に対してこの2年間でより好感が持てるようになったと回答

人と機械のバランスを保つことが重要

顧客への対応でAIを使用する場合、顧客の信頼を得て、関係を強化するためには、以下の点で適切なバランスを見つけることが重要です。

- 関係構築におけるテクノロジーによる対応と人による対応
- AIの使用とAIの学習で消費者のデータを使用するときの透明性の確保



下記よりレポートの全文をご覧ください。
www.verizon.com/business/en-au/resources/whitepapers/human-connection/

verizon

このレポートの分析は、5,601人の消費者を対象として2021年8月に実施されたアンケート調査に基づいています。調査は、フィナンシャル・タイムズの子会社、Longitudeがベライゾンの委託を受けて実施しました。回答者の居住地は16か国にわたり、回答者の年齢は18歳から65歳となっています。また、性別ごとの回答者の数はほぼ同等となっています。

Network details & coverage maps at vzw.com. © 2021 Verizon. INF5170921