

DXC×UneeQのパートナーシップでカスタマーエクスペリエンスを変革

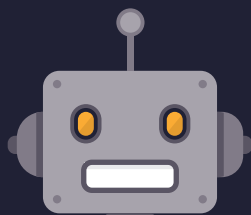
デジタルヒューマンを 導入すべき理由

企業の課題

プロセスを最適化し、人手のかかる業務を見直したい

改善すべき理由

サービスコストの削減



チャットボットの導入

顧客サービスのコストを抑え、
24時間365日のアクセス
および拡張性を提供

導入結果

34%

の利用者がチャットボット
やバーチャルアシスタントによる
対応を好んでいます

43%

の利用者が人間による対応
を好んでいます

理由

54%

の利用者が、企業はチャットボットの
ユーザーへの関わり方を変革しなければ
ならないと回答しています

なぜ?

優れたカスタマーエクスペリエンスとは、情報への簡単なアクセス方法を
提供するだけでなく、やり取りの中で利用者にポジティブな感情を持たせることです

少なくとも

54%



の顧客は、10分短縮できる
のであれば、人間による対応
よりもチャットボットを好ん
でいます

79%

感情的なつながりがある
という理由から、人間に
よる対応の方がチャット
ボットよりも購買率が
79%上回ります



顧客はチャットボット
を検索機能やテクノ
ロジーだと意識して
接しているため、バイ
ヤージャーニーにお
ける心理的影響は低
いです

人間には機械のよう
な一貫性や拡張性はな
く、チャットボットと
比較すると350倍のコ
ストを要します

350X



ユーザーは、たとえ機械とチャットしているとわかっていても、
相手を機械と意識する必要はありません

追加.....

感情的な
つながり

EQ

人間味は
あらゆるところに

チャットボットへ個性や人間
味を加えることで、カスタ
マーエンゲージメントや会
話、ネットプロモータースコア
(NPS) が向上します

優れたエクスペリエンス

ソリューション

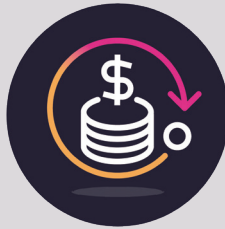
UneeQ デジタルヒューマン



顧客が好感を持つ、
競合他社が真似で
きない「ブランドア
ンバサダー」



カスタマーエンゲ
ージメントの向上、また
重要な情報に関する
インサイトの提供



ROI向上に欠かせ
ないパーソナライ
ズされたエクスペ
リエンスの実現



「右脳指向」のエン
ゲージメント、感情
的なつながりに関
する事項

さらに...



スムーズな
コミュニケーション



24時間
365日稼働



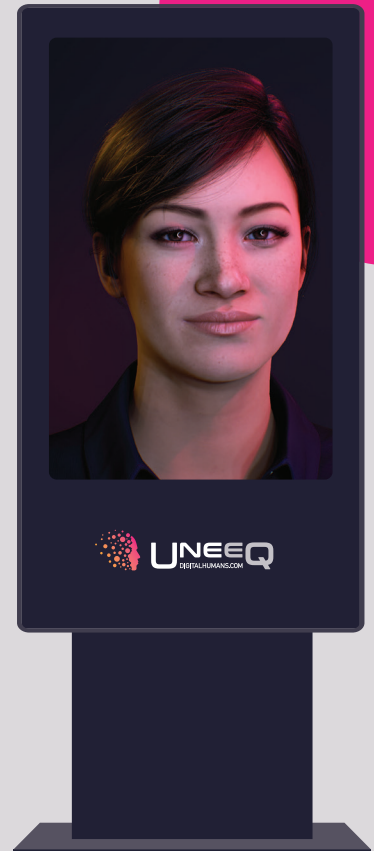
1回の研修で
すべてインプット



迅速な対応



拡張性



感情的なつながりを通してデジタルと人間の「いいとこ取り」を実現します

感情的な つながり

83%



感情的なつながりを感じる
対応を受けた顧客の83%
が、そうでない顧客に比べ
ロイヤルティが向上すると回
答しています

9/10



感情的なつながりを感じる
対応を受けた顧客の10人に
9人は、リアルタイムの回答
とスピーディな解決を求め
ています

自然で
楽しい会話



顧客は、ボットとの会話に
時折冗談を交えて感情を
表す楽しい会話を求めてい
ます

カスタマーエクスペリエンスの
向上は以下につながります

顧客維持

顧客満足度

コンバージョン(CV)&
アップセル



ブランドの成長、維持に必要なのは
顧客の確かなロイヤルティです



チャットボットは導入済みですか？
IVR(自動音声応答)システムを採用済みですか？

ブランドを象徴し、これまでにないレベルで
顧客対応を行うUneeQのデジタルヒュー
マンで包括的な戦略を構築できます

UneeQが提供する顧客体験

51

NPSスコア
平均

80%

顧客努力
指標

300%

エンゲージメントの
向上

6%

セールスリードに
つながった
CV率

67%

オンサイトでの
セルフサービスの
向上率

UneeQのデジタルヒューマンプラットフォームは顧客の感情をつぶさにとらえ
より優れたカスタマーエクスペリエンスを提供します

UneeQ 導入企業の声

「デジタルヒューマンは、ただのプロジェクトではありません。
デジタル変革戦略には欠かせない要素であり、
継続的な取り組みとして検討すべきです」

「複数のチャンネルをまたぐ豊富なデジタルヒューマンエクスペリエンスは、
私達の生活の中でさまざまな新しい活用用途があります」

「デジタルヒューマンは個性を持っており、
顧客のエンゲージメント向上を促します」

81%

感情的なつながりを感じる対応を受けた顧客の81%が

VS

50%

感情的なつながりを感じない対応を受けた顧客の50%が

信頼するブランドを
家族や友人へ勧めます

62%

感情的なつながりを感じる対応を受けた顧客の62%が

VS

7%

感情的なつながりを感じない対応を受けた顧客の7%が

ソーシャルネットワークへ
ブランドの良さを訴えます

感情的なつながりを感じる対応が
ロイヤルティの重要なカギ

「私にとってロイヤルティとは、常に頼れる何かがあるということを意味します。私はそれらが正しく行動すると信じていて、時に誤ったことをしたとしても、信頼を回復してみようと思えます。」*

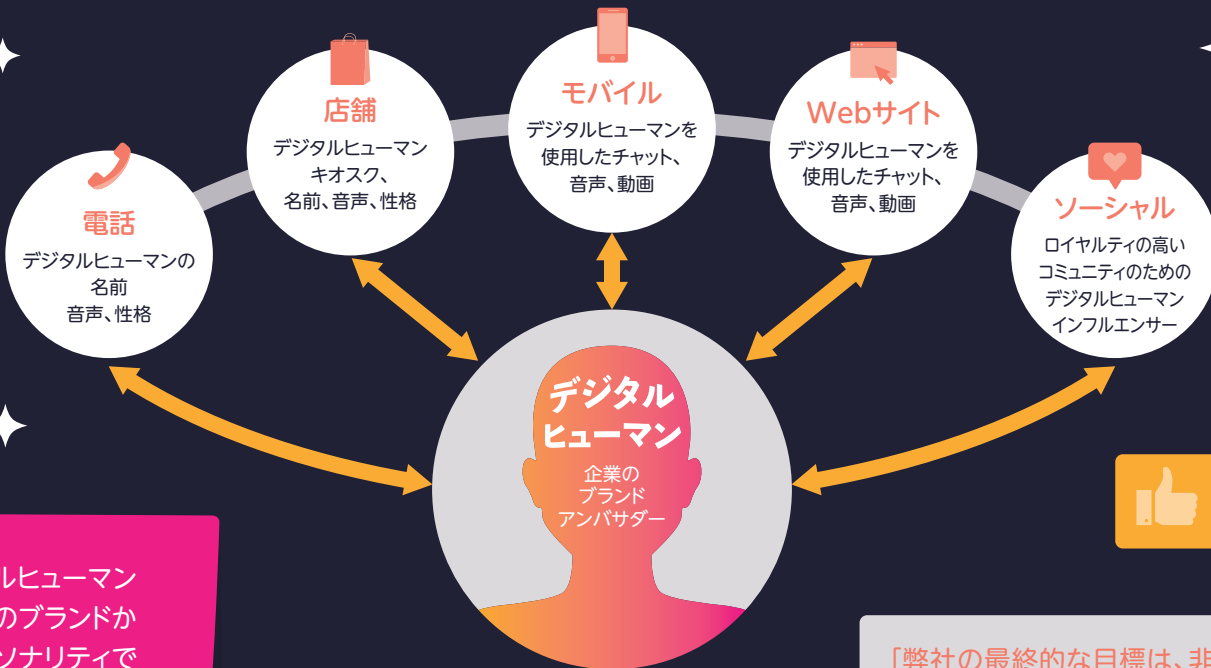
69%

感情的なつながりを感じた顧客の69%は、ブランドが自分たちの人生でより重要な役割を果たすことを望んでいます*

「一貫性があること、本物であること、信頼できることは、顧客との感情的なつながりを強める後押しをします」*



オムニチャネルカスタマーエクスペリエンスと一体化したブランドエクスペリエンス



デジタルヒューマンは企業のブランドかつパーソナリティであり、他社には真似できないものです

チャンネル全体を網羅する強固で包括的なカスタマーエクスペリエンスを提供するために、デジタルヒューマン戦略を構築します

「弊社の最終的な目標は、非常に優れたカスタマーエクスペリエンスを提供することであり、その手段はデジタルヒューマン、ソーシャルメディア、電話、ライブチャットを問いません」
- Uneeqの導入企業

あらゆるチャットボットテクノロジーとパーソナライズ化を実現するバックエンドを搭載



デジタルヒューマンの活用例

- 製品のエキスパート
- 新人研修
- ヘルスコーチ/デジタル看護師
- ファイナンシャルアドバイザー/コーチ
- コンシェルジュ
- 有名人/デジタルインフルエンサー
- カスタマーエクスペリエンスの専門家
- シティガイド
- イベント/施設・旅行ガイド
- インサイドセールス

*出典:
 ・ Usabillaレポート 「In the Age of Automation, Customers Want More Human, Less Machine(オートメーション時代に顧客が求めるものは、「機械」より「人」である)」
 ・ Forbs - AI Stats News: 「Chatbots Lead To 80% Sales Decline, Satisfied Customers And Fewer Employees, 2019(チャットボットは80%セールス減少、顧客満足度の向上、従業員削減につながる(2019年))」
 ・ 「[Emotions are the main driver of loyalty(感情はロイヤルティの重要なカギである)]」 - Capgemini 2017年レポート
 ・ 2018 State of Chatbots Report(2018年チャットボットの現状)
 ・ 2017 worldwide Statista questioning(2017年Statista(グローバル)の質問)
 ・ Salesforce 「Key Chatbot Statistics to Know in 2019(2019年 知っておくべき主なチャットボットに関する統計)」