



4つの理由、1つの目的：
優れたカスタマーエクスペリエンス



Contents

クラウドコンタクトセンターというテクノロジー変革を選択した理由	3
レジリエンス：カスタマーサービスにおける単なる流行語ではない.....	3
俊敏性とイノベーション.....	4
Vivint Solar 社：2 回目のクラウドへの移行	4
失敗からの始まり.....	4
新しいクラウドの始まり.....	5
AFMC：クラウドへ移行すべき好機	6
リソース集約型オンプレミスシステム.....	6
需要変動への対応.....	7
クラウドにすべて統合されたソリューション.....	7
OceanX 社：クラウドを早期に導入し継続的なイノベーションを実現	8
コール数に基づく割り当てからスキルベースのルーティングへ、音声からオムニチャネルへ.....	8
新しい国の新しいコンタクトセンターでも問題なし.....	9
最新のテクノロジーが必要な新しいアプリケーション	9
濃厚接触者追跡用のコンタクト センター コンポーネント.....	9
最初の導入：米国州政府.....	10
4 つの理由、1 つの目的：優れたカスタマーエクスペリエンス	10
導入理由 1：第 1 世代のクラウド ポイント ソリューションをエンタープライズグレードのクラウドスイートに置き換える.....	11
導入理由 2：オンプレミスの古い UC/CC ソリューションからクラウド コラボレーションプラットフォームに移行する.....	11
導入理由 3：クラウドで CX を継続的に変革する.....	11
導入理由 4：オンプレミスへの投資を凍結し、クラウドでイノベーションを促進して成長を実現.....	12
Cisco Webex について	12
McGee-Smith Analytics について	12

クラウドコンタクトセンターというテクノロジー変革を選択した理由

エンタープライズアプリケーションのクラウドへの移行が始まったのは、2000 年より前のことです。しかし、コンタクトセンターに関しては、クラウドへの移行はあまり進んでいません。これには理由があります。コンタクトセンターでは音声での会話がリアルタイムに行われますが、長年にわたって、高品質の音声を確実に安全に提供できるクラウドテクノロジーが登場しませんでした。

変化し始めたのは約 10 年前からです。Session Initiation Protocol (SIP) や WebRTC (Web Real-Time Communication) などの技術標準が確立され、継続的に改善されていったことによって、コンタクトセンターにおける音声での対話をクラウドで実現できるようになりました。

最近では、消費者向けのデジタルインタラクション機能をシームレスに統合する必要性が高まっています。今日のデジタル化は、電子メールや Web チャットを利用するだけではありません。消費者は、Facebook Messenger や Twitter など、30 以上のソーシャル メッセージやモバイルベースのメッセージのチャネルを利用しています。

過去 3 年間で、新しいコンタクトセンターを検討する際の選択肢に、クラウドコンタクトセンターが加わるようになりました。それ以来、規模の大小を問わず、毎年何千もの企業がクラウド コンタクト センター ソリューションを選択しています。同時に、従来のオンプレミスソリューションを選択する企業の割合は、年々減少し続けています。変化の方向性は明確です。

このホワイトペーパーでは、コンタクトセンターをクラウドに移行することを選択した 4 つの組織の事例を取り上げます。各組織がコンタクト センター ソリューションを変更しようとした要因はそれぞれ異なりますが、導入後に得られたメリットや、将来的に機能を追加する計画については共通点があります。

レジリエンス：カスタマーサービスにおける単なる流行語ではない

コンタクト センター テクノロジーが導入され始めたばかりの頃（1980 年代から 1990 年代）、エンタープライズクラスのシステムにおける最も重要な特性の 1 つは冗長性でした。コンタクト センター プラットフォーム全体を評価する際、多くの場合、機能だけでなく、レジリエンスと信頼性が大きなポイントでした。そして今と同様に、コンタクトセンターは、ビジネスを正常に運営する上で不可欠な要素でした。マーケティングと販売をサポートしているコールセンターが停止すれば、収益の喪失に直結します。収益の喪失は、消費者向け製品や、代替りのサービスが容易に入手できる企業（ホテルや航空会社など）で最も多く見られました。



オンプレミスシステム環境でコンタクトセンターのレジリエンスを得るには、冗長化が必要です。冗長性を確保するには、重要なコンポーネントを物理的に二重化する必要があります。それではコストがかかると思われるかもしれませんが、実際そのとおりです。ベンダーは冗長コンポーネントにディスカウントを適用する場合がありますが、それでも必要なサーバを複数調達、設置、保守するには高いコストがかかります。

収益を直接失うわけではない場合でも、システムが停止すれば、企業ブランドに対する顧客の信頼度に影響します。コンタクトセンターがダウンするということは、店の窓に「10 分ほど戻ります」というあいまいな看板をぶらさげているようなものです。企業は、コンタクトセンターの機能停

止を消費者が許容してくれることを期待しているかもしれませんが、あまりにも頻繁に停止すると、顧客はその企業の評価を考え直します。

カスタマーケアにおいて3番目に重要な要素は、エージェントやカスタマーサービス担当者など、役職名がなんであれ、コンタクトセンターで働く人たちです。心理的レジリエンスとは、危機に立ち向かい、精神的または感情的な面で、危機以前の状態にすばやく戻れる能力を指します。コンタクトセンターが停止した場合、エージェントは最前線に立ち、顧客の不満に対応しなければなりません。

このホワイトペーパーでインタビューしたいくつかの組織が回答したように、頻繁に停止することが、多くの場合、クラウドへの移行を促す要因となりました。クラウドでもオンプレミスでもシステムサービスが中断する可能性はありますが、クラウドの停止は短時間（通常は数分または数時間）であり、承諾されている範囲です。一方、オンプレミスソリューションでは、必要な部品を用意し、その部品を交換するサービスパートナーを手配するには、多くの場合、数時間から数日かかります。

俊敏性とイノベーション

優れたカスタマーエクスペリエンスとは、顧客が電話をかけてきたときにエージェントが応答することだけではありません。Amazon Prime、Uber、Uber Eats といったサービスが当たり前になっている現在では、そのハードルは上がり続けています。このようなクラウドファーストの企業が、あらゆる業界におけるカスタマーサービスの基準になろうとしています。

2020年の世界的なコロナ禍に対応するには、情報技術のレジリエンスが必要でしたが、すぐに回復できた企業は、俊敏性と革新性も備えていました。現地のルールや規制、個人の状況、サプライチェーンの問題は、日々変化していて、多くの場合、変化は今も続いています。ここで紹介する組織の事例は、クラウドコンタクトセンターソリューションが確実にサービスを提供し続けるだけでなく、必要に応じて組織が迅速に変化するためにどのように役立ったかも示しています。

Vivint Solar 社：2 回目のクラウドへの移行



Vivint Solar 社は、住宅用ソーラーパワーのフルサービスプロバイダーとして、米国で2番目に大きな企業です。同社は、住宅所有者向けの太陽エネルギーシステムの設計と設置を行い、モニタリングとメンテナンスのサービスを提供しています。全米26州にいる7,500人の従業員が国中の顧客をサポートしているため、従業員と顧客の両方のコミュニケーションが会社成功の鍵となります。

失敗からの始まり

Vivint Solar 社の始まりは、2011年に大規模な関連会社内で興した新規事業でした。当時は、既存のコミュニケーションシステムを共有し、ユニファイドコミュニケーション（UC）に関しては、古いバージョンのオンプレミスシステムを運用していました。また、アウトバウンドのダイヤル用には、初期のクラウド型プレディクティブダイヤリングソリューションを導入していました。これは、小規模なテレマーケティング企業で一般的に使用されていたものです。Vivint Solar 社のITインフラストラクチャ部長である Mike Hincks 氏は次のように説明しています。「18人のチームで8～9のコラボレーションシステムを管理していました。また、高いコストでメンテナンス契約を締結していました」

2014年、Vivint Solar 社は、単独の会社として独立しました。関連企業から独立したことで、Vivint Solar 社のIT部門は、自社のコミュニケーションソリューションを評価しなおして、5年間の投資回収率（ROI）を分析し、コミュニケーションシステムをクラウドに移行することによるコストとメリットを把握することができました。

同社は、2015 年の第 1 四半期に、Hincks 氏曰く「クラウドに移行するという冒険」を開始しました。また、コミュニケーションシステムに加えて、電子メールと生産性向上ツールをクラウドに移行することも検討していました。

生産性向上ツールは、後でユニファイド コミュニケーションシステムを選択する際の 1 つの要因になりました。Vivint Solar 社は、生産性向上ツールと緊密に統合されていることで高い評価を得ている、「小さいが魅力的な」新興企業を選びました。「当時の私たちは無邪気にも、バックエンドとしてパブリッククラウドを使うのであれば、どのクラウドを使おうと同じだと考えていました」と Hincks 氏は言います。

クラウドがすべて同じというわけではない

「当時の私たちは無邪気にも、バックエンドとしてパブリッククラウドを使うのであれば、どのクラウドを使おうと同じだと考えていました」

Vivint Solar 社は、新システムが停止し始めたときに、問題が発生したことをすぐに認識しました。選択した小規模な新興企業のソリューションは、「冗長性のようなシンプルなものにさえ投資する資本がありませんでした」と Hincks 氏は説明します。また、コミュニケーションソリューションの包括的なスイートもなく、約束されたロードマップの項目の多くは、実現されませんでした。

選択した新興企業は、コンタクトセンターの機能はあると言っていました。しかし、Hincks 氏の説明によると、コンタクトセンターの機能は確かにあるものの、「WFO（ワークフォース最適化）の概念を理解していなかった」のです。WFO 企業とのパートナー関係もありませんでした。その結果、Vivint Solar 社は、1 つのクラウドコンタクトセンターをインバウンドコール用に、別のクラウドコンタクトセンターをアウトバウンドコール用に運用することになりました。

2017 年末には、障害が発生しやすいユニファイド コミュニケーションシステムや 2 つのコンタクトセンターソリューションに加えて、複数の会議システム製品を運用し、コラボレーションのニーズに対応するために、8 つのベンダーが提供する個別のソリューションを利用していました。ここでもう一度変化が必要になりました。

新しいクラウドの始まり

業界アナリストは、真のユニファイド コミュニケーションソリューションを導入することで、企業にどれほどの効果があり、どれだけコストを削減できるかについてレポートをまとめています。Vivint Solar 社は、コミュニケーションソリューションがばらばらのため、これらのメリットが得られないことに気付きました。

Hincks 氏によると、クラウドへの移行の第 2 ラウンドを開始した際に変わった点は、検討対象企業の財務的安定性と企業規模を重視するようになったことでした。

検討対象企業は最近破綻していないか、買収される可能性がないかを確認しました。その結果、Cisco Webex が候補のトップに躍り出ました。シスコは財務的に安定していて、買収される心配はありませんでした。シスコには、コラボレーション製品とコンタクトセンター製品の包括的なスイートがあったため、Vivint Solar 社は、8 ~ 9 ものテクノロジーを利用する代わりに、すべてを提供できる 1 つの企業の製品を利用できるようになりました。

システムがダウンすると コストがかかる

「ダウンタイムのコスト面での影響は非常に大きいと言えます。250,000 人のお客様がいるため、お客様が我々とコミュニケーションを取れなかったり、営業担当者がコンタクトセンターと連絡できずに家にいたりすると、多額のコストが発生する可能性があります」

Vivint Solar 社は、単一のエンタープライズ コミュニケーション プラットフォームである Cisco Webex に移行する戦略を策定し、実行しました。同社は現在、全社的に Webex Teams を使用しています。つまり、米国ユタ州、フィリピン、コロンビアのボゴタにいるコンタクトセンターのエージェントが、迅速にコラボレーションできるということです。2020 年初頭に世界中でテレワークを実施できるように調整した際に、この機能が非常に役立ちました。

シスコのソリューションは、新興企業のクラウドソリューションより価格が高い場合があるかと Vivint Solar 社に尋ねると、価格は高いと答えました。一方で

Hincks 氏は、「システムがダウンするとコストがかかります。250,000 人のお客様がいるため、お客様が我々とコミュニケーションを取れなかったり、営業担当者がコンタクトセンターと連絡できずに家にいたりすると、多額のコストが発生する可能性があります」とも言っています。

AFMC : クラウドへ移行すべき好機

AFMC は、米国アーカンソー州リトルロックに本拠を置く非営利組織です。医療費を削減しながら、全体的な健康を促進し、患者の医療エクスペリエンスを改善するために、あらゆる状況で患者や医療機関と連携しています。AFMC は、Medicare（米国の公的医療保険制度）、Medicaid（米国政府による医療扶助事業）、民間保険会社が主導した医療費に関するイノベーションにおいて、信頼できるパートナーとして確立された組織です。



リソース集約型オンプレミスシステム

2018 年に AFMC は、ユニファイド コミュニケーションとコンタクトセンターの両方に使用されている、10 年前のエンタープライズ コミュニケーション システムが、今や組織の要件を満たせなくなっていると考えました。AFMC が別のソリューションを検討し始めた理由を尋ねると、AFMC の現在の最高業務責任者（2018 年時点は最高技術責任者）である Nathan Ray 氏は、「IT（情報技術）リソースを大量に消費する点が 1 番大きい」と答えました。

Ray 氏は、レガシーシステムを維持するために従業員を 1 人専任させていましたが、それでも多くの場合不十分でした。Ray 氏は、古いシステムをサポートできるスキルセットを備えた IT スタッフを見つけるのは困難であると言います。AFMC は、最終的にメンテナンス作業の一部をベンダーの付加価値リセラー（VAR）に委託しましたが、「非常に高額でした」と Ray 氏は説明しています。

AFMC に大きな問題が発生した場合は常に、VAR に連絡してリソースを割り当ててもらう必要がありました。VAR でサポートできる場合もありましたが、できない場合もありました。VAR でサポートできない場合は、システムベンダーに頼らざるを得ず、事態はさらに複雑になりました。Ray 氏は、「あらゆる種類の問題に対処するためには、AFMC のスタッフ、VAR、およびベンダーの 3 階層でのサポートが必要でした」と説明し、現在のシステムをこのまま維持することはできないと考えました。

需要変動への対応

医療に対する需要は一定のように思われるかもしれませんが、実際には、AFMCのような組織では、他の多くの業界と同様に時期によって需要が変動します。変動する要因の1つは、登録期間です。AFMCが管理している医療計画は複数あるため、通常は年間を通じて複数の登録期間があり、該当の数週間は急激に作業が増加しますが、その期間を過ぎるとはるかに少なくなります。

既存のオンプレミス環境のもう1つの問題は、ライセンス管理の複雑さでした。「エージェントを1人追加するたびに、ライセンススイート全体（エージェント用、レポート作成用、Salesforce コネクタ用など）を購入する必要があり、非常に高額でした。あるお客様の登録を行う際の3～4ヵ月だけエージェントを増やす必要がある場合も、1年分のライセンス費用を支払う必要があります」とRay氏は言います。

レガシーシステムは非常に高額

「あるお客様の登録を行う際の3～4ヵ月だけオペレータが必要だったとしても、1年分のライセンス費用を支払う必要があります」

在宅勤務を簡単にサポートする機能がなかったことも、AFMCが古いオンプレミス エンタープライズ コミュニケーションシステムを置き換えることにしたもう1つの要因でした。「私たちは、州（AFMCの拠点内）全体でテレワークする従業員がいましたので、自宅から作業できる機能が本当に必要でした。従来のオンプレミスソリューションには、このような柔軟性はありませんでした。数年後にコロナ禍が発生するまで、テレワークに関してどのような機能があるかほとんどわかっていませんでした」とRay氏は言っています。

クラウドにすべて統合されたソリューション

AFMCのオンプレミスベンダーは、コンタクトセンターだけでなく、コンタクトセンター以外の多くの従業員にもテレフォニーサービスを提供していました。2018年にAFMCは、徹底的な調達プロセスを経て、Webex Contact CenterとWebex Callingを導入することにしました。

テレワークを実現する

「私たちは、必要に応じて自宅から仕事ができる、包括的に統合されたクラウドベースのソリューションを採用することにしました」

2020年に急にテレワークが必要になる前にクラウドに移行することを決定していた他の企業と同様に、それは運がよかっただけではありませんでした。さすがにすべての従業員が何ヵ月もテレワークすることになるとは想定していませんでしたが、AFMCは、テレワークに最適な従業員や職務のタイプ、最適な時期があることは認識していました。そして、クラウドソリューションを選択することでそれが実現できることをわかっていました。

2020年3月、Ray氏は、AFMCがすべての従業員を在宅勤務にすることを迷うことなく決定できたと報告しています。2020年の夏に、同社のアーカンソー州の業務に、濃厚接触者を追跡する派遣社員が加わり、組織の規模が倍になりました。「350人の新しい従業員のほとんどがCisco Webexソリューションを利用し、またそのほとんどがWebex Contact Centerを利用しています」とRay氏は言います。当面、エージェントは音声だけで対応しますが、数ヵ月後には、電子メールとチャットでのインタラクション機能が追加される予定です。

OceanX 社：クラウドを早期に導入し継続的なイノベーションを実現



OceanX 社は、テクノロジー プラットフォーム企業として、物理的な商品を直販するためのパッケージソリューション（会員制のサブスクリプション形態）を提供しています。同社のオールインワン コマース プラットフォームを利用することで、有名ブランド企業や熱意のある起業家は、消費者に商品を直接販売しながら、リアルタイムにデータを取得して、顧客と密接な関係を確立できます。

コール数に基づく割り当てからスキルベースのルーティングへ、音声からオムニチャネルへ

OceanX 社は主に、最新のフルフィルメント、ビジネスインテリジェンス、カスタマーケアという 3 つのテクノロジーを提供しています。2009 年には、カスタマーケアにキャリアベースのルーティングシステムを採用して、内部のコンタクトセンターおよびアウトソーシングしたコンタクトセンターに、一定の割合に応じてコールを割り当てていました。同社が新しいソリューションの調査を開始した理由は、もう 1 つの柱であるビジネスインテリジェンスに関係しています。

OceanX 社がクラウドに移行する前は、各サイトに導入されていた自動コールディストリビュータ（ACD）が、基本的に先入れ先出し方式でエージェントにコールを割り当てる方式になっていました。また、コール情報を紐づけたり企業レベルで統合して分析したりするのは、それぞれのコンタクトセンターサイトに任せていました。データの送信は 1 日に 1 回であり、処理に時間がかかるため、リアルタイムに意思決定するために必要なデータをその場で入手することはできませんでした。

そこで同社は、Cisco Webex Contact Center の進化したソリューションを選択することにしました。以前のネットワーク ルーティング システムおよびオンプレミスのコンタクトセンターシステムでは取得できなかったリアルタイムデータは、今では OceanX 社のカスタマーケアに不可欠な要素になっています。また、同社のコンタクト センター オペレーション担当バイスプレジデントの DeAnna Woody 氏は、必要な場合はシスコからサポートを受けられるようになっているが、実際にはほとんど必要ないと述べています。「すべてのルーティング方式を実現できます。すべての人員配置と予測は、履歴データに基づいて行っています。新しいクライアントへの対応を始める際、他の人を待つ必要はありません。プラットフォームに直接アクセスし、クライアントが必要とする方法ですべてを構築できます」

次に対応可能な エージェントに転送

「以前は、独自の単一プラットフォームシステムを使用して、社内ですべてのルーティングに対応していました。すべてのエージェントがその 1 つのシステムにログインし、システムは、次に対応可能なエージェントにコールを転送するだけです」

Woody 氏は、クラウド コンタクト センター ソリューションが 2009 年に初めて導入されたとき、同社が行ったインタラククションの 95% 以上が音声であったと述べています。その後同社は、デジタルチャネル、電子メール、チャットを追加し、2020 年の後半には、Webex Contact Center に SMS とソーシャルメディアを利用したインタラククション機能を追加する計画を立てています。

新しい国の新しいコンタクトセンターでも問題なし

ダウンタイムなし

「コロナ禍への対応の観点からは、オンプレミスでなかったのは幸いでした。オンプレミスでは、今回のように迅速に当社のブランドを回復し、クライアントへの対応を続けることはできなかったでしょう」

この新しいシステムにより、OceanX 社は、社内およびアウトソーシングしたコンタクトセンターの両方で、単一のシスココンタクトセンタープラットフォームを利用できるようになりました。今では、1,000 人のエーエージェントが世界の 10 箇所のコンタクトセンターに分散しています。エーエージェントが迅速にテレワークに移行できるようにプロビジョニングする機能は、世界的にコロナ禍が発生した 2020 年にテストしました。

フィリピンでは、OceanX 社がアウトソーシングした多くのエーエージェントが働いていましたが、検疫によってエーエージェントの数が減少しました。「数週間でジャマイカとグアテマラ

にサイトを開設できました。エーエージェントを採用してトレーニングする必要がありましたが、技術的にはわずか 1 日で済みました。ログイン情報を提供するだけでした」と Woody 氏は振り返っています。

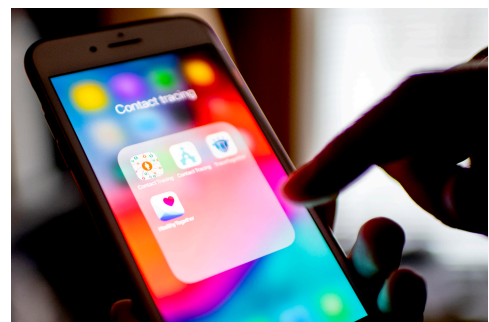
最新のテクノロジーが必要な新しいアプリケーション

Global CX BPO 社（仮名）は、数十億ドル規模の企業で、サービス/マーケティングサービスの 1 つとして、カスタマーエクスペリエンスに関するビジネス プロセス アウトソーシング（BPO）を行っています。同社は 100 年以上にわたってビジネスを展開しています（社名を伏せるため、ここでは Global CX BPO 社と呼びます）。Global CX BPO 社は特定のベンダーには依存していませんが、シスコが GeoTel を買収して 1999 年に最初にコンタクトセンター市場に参入して以来、コラボレーションおよびカスタマーエクスペリエンスソリューションの包括的なポートフォリオを利用しています。

濃厚接触者追跡用のコンタクトセンター コンポーネント

多くの州、地域、および連邦政府のクライアントを抱える Global CX BPO 社は、2020 年 3 月、コンタクトセンターソリューションと濃厚接触者追跡アプリケーションを統合する必要性をすぐに理解し、開発しました。運用時には、Salesforce と容易に統合できるコンタクトセンターソリューションにアプリケーションを接続する必要がありました。Salesforce は、アプリケーションデータを格納するために使用されます。最初は、コンタクトセンターソリューションを使用して、アウトバウンドコールの発信と、濃厚接触者からのインバウンドのフォローアップコールの受信の両方を行っていました。

多数の政府機関の間で、濃厚接触者追跡アプリケーションを迅速に導入して、エーエージェントが在宅勤務できるようにしたいというニーズが増えたため、Global CX BPO 社は、強力ながら学習しやすいコンタクトセンターソフトウェアソリューションとの統合を検討しました。スケジュールは厳しく、場合によっては、数週間や数ヵ月ではなく、数日単位での導入を求められていました。そのため Global CX BPO 社は、ハードウェアや長期の導入プロセスが不要なソリューションを探していました。



同時に、濃厚接触者追跡アプリケーションを拡張して、コンタクトセンターと市民の間に Google Contact Center Artificial Intelligence (Google CCAI) や SMS などの機能を組み込める、フル機能のソリューションも求めています。同社は、いくつかのベンダーのソリューションを調査した結果、Webex Contact Center Enterprise を選択しました。

最初の導入：米国州政府

2020 年春の初め、Global CX BPO 社の濃厚接触者追跡アプリケーションと Webex Contact Center Enterprise を統合したソリューションを、最初の顧客である州政府に導入できる準備が整いました。Global CX BPO 社は、初期の 450 人のエージェント向けアプリケーションを 4 日間で正常に導入できたと述べています。

求められる導入速度

... 初期の 450 人のエージェント向け
アプリケーションを 4 日間で導入

濃厚接触者追跡アプリケーションの開発者は、最初から追跡アプリの大部分がラップトップで機能することをわかっていました。現代のコンタクトセンターではエージェントが通常は 2 台の大型モニターを使用しますが、追跡アプリは、13 インチまたは 14 インチの画面で利用できます。

Global CX BPO 社は、追跡アプリを画面間で移動させたくな

いと考えていました。同社によると、Webex Contact Center Enterprise の主なメリットの 1 つは、エージェントがシンプルなユーザインターフェイスを利用できることです。Webex Contact Center Enterprise は、コンタクトセンターのエージェント管理機能と BPO の SFDC 濃厚接触者追跡アプリケーションを組み合わせることで、いわゆる一元管理を実現しています。

Global CX BPO 社が Webex Contact Center Enterprise を選択した際に、多くの機能の中で重要なものとして挙げているのが、レポート機能でした。このソリューションにより、Global CX BPO 社は、カスタムレポートを定義するか、既存のテンプレートのいずれかを使用して、必要なメトリクスを指定するだけで、必要に応じてスケジュールどおりにレポートを作成できます。

Global CX BPO 社に、最初のクライアントの州が濃厚接触者追跡ソリューションをどのように評価しているかを尋ねると、「非常に満足していただいている」と答えました。さらに、システムに大きな問題はなく、州の予想しないデータニーズにもすべて対応できていると述べています。Global CX BPO 社は、同社が求める俊敏性を Webex Contact Center Enterprise が備え、「実際に提供」されたことに満足しています。

4 つの理由、1 つの目的：優れたカスタマーエクスペリエンス

消費者がサービスを購入または利用する方法はテクノロジーによって変化しますが、商品やサービスを提供する組織とのコミュニケーションは変わらず必要です。また、情報技術部門が大きく関与しているにもかかわらず、コンタクトセンターソフトウェアをクラウドに移行する際は、テクノロジーではなく、カスタマーエクスペリエンスに重点が置かれています。クラウドに移行するのは、顧客のためにテクノロジーの面で後れを取らないためだと考えることができます。本書で取り上げた 4 つの組織は、コンタクトセンターソフトウェアをアップグレードすることで、その目的を達成しています。

それらの組織において、Cisco Webex Contact Center ソリューションを導入する最終目的は同じだったかもしれませんが、そのプロセスはまったく別のものでした。

導入理由 1：第 1 世代のクラウド ポイント ソリューションをエンタープライズグレードのクラウドスイートに置き換える

Vivint Solar 社は、老朽化したオンプレミスの機器のサポートに数百万ドルを使い続けても、長期的な解決策にはならないことを 2014 年に認識しました。そして、魅力的な新興企業のソリューションを導入しました。しかし、その新興企業では、何千人もの従業員と数十万の顧客がいる企業が必要とするレベルのサービスをサポートできないことにすぐに気が付きました。システムは数年間頻繁に停止し、足りない機能を埋めるためにアプリケーションを追加する必要がありました。

Cisco Webex Contact Center を含む Cisco Webex プラットフォームを選択した際に鍵となったのは、財務の安定性でした。財務が安定していれば、ロードマップに定められている機能に投資できますし、突然買収されてサービスに影響が及ぶこともありません。もう 1 つの優先事項は、コラボレーションおよびコンタクトセンターに関して、現在の要件と将来のニーズの両方に単一のソリューションで対応できるということでした。

導入理由 2：オンプレミスの古い UC/CC ソリューションからクラウド コラボレーション プラットフォームに移行する

リソースを大量に消費することも、**AFMC** がコミュニケーション インフラストラクチャを再評価することにした重要な要素でした。IT 部門の多くの時間がシステムメンテナンスに費やされていただけでなく、古いオンプレミスソリューションの独自性により、適切なスキルを持った従業員を現地で見つけることが困難でした。

AFMC は、PBX とコールセンターを組み合わせたソリューションを、Webex Contact Center を含む包括的なコラボレーションスイートに置き換えました。その結果、2020 年 3 月には、従業員を在宅勤務に切り替えるという決定を、迅速かつシームレスに行えました。また、2020 年の夏に、濃厚接触者を追跡するために企業の規模を 2 倍にすることが必要になった際、数百人のエージェントを簡単に追加できました。

導入理由 3：クラウドで CX を継続的に変革する

クラウド コンタクト センター テクノロジーを 2009 年の早期から導入していた **OceanX 社**は、10 年以上にわたり、クラウドを通じて追加される機能とイノベーションをうまく活用してきました。現在、世界 10 カ国に約 1,000 人のエージェントがいる同社は、2020 年のコロナ禍の際に、新しい国でも在宅勤務のエージェントを迅速かつシームレスにプロビジョニングできました。

コールセンターは、当初は音声のみで対応していましたが、デジタル化、電子メール、Web チャットのサポートに対する消費者ニーズの拡大に対応するため、新たな機能が順次追加されました。2020 年後半には、Webex Contact Center のデジタル エンゲージメント チャンネルを拡張し、SMS とソーシャルメディアを追加する予定です。

導入理由 4：オンプレミスへの投資を凍結し、クラウドでイノベーションを促進して成長を実現

コンタクトセンターソリューションを継続的に維持/アップグレードしている企業の多くは、クラウドベースのソリューションに段階的に移行しようとしています。Global CX BPO 社の場合、新しい濃厚接触者追跡アプリケーションをサポートする必要があったため、シスコの最も高度なエンタープライズクラウドコンタクトセンターソリューションである Webex Contact Center Enterprise を選択しました。

追跡アプリケーションを使用するエージェントの数は非常に多くなる可能性があります。また、ブロードバンドインフラストラクチャが十分整備されていない世界の各地域において、自宅とモバイルデバイスの両方でアプリをサポートする必要があります。Global CX BPO 社は、クラウドが適切だと考えていましたが、必要な CRM アプリケーションと統合し、リアルタイムにデータを取得して分析できるソリューションも必要としていました。

Cisco Webex について

シスコは、対面での接触を減らしながらも、人とのつながりを深め、仕事を効率化できるよう支援します。そのためお客様の従業員は、今日の分散した作業環境で成功を収めることができます。シスコの Webex ポートフォリオには、クラウド電話、会議、チームコラボレーション、コンタクトセンターの各ソリューションに加え、世界クラスのデバイスとヘッドセットを含んだコラボレーションスイートが用意されています。

シスコは、コンタクトセンターのグローバルリーダーとして、きわめて包括的なコンタクトセンターポートフォリオを提供しています。シスコのクラウドコンタクトセンターポートフォリオは、コンタクトセンターに適したオープンで柔軟な Webex プラットフォームを基盤としているため、AI 機能、エンタープライズクラスのクラウド通話機能、データ分析機能、ワークフォース最適化機能、CRM、エクスペリエンス管理アプリケーションといった高度なクラウドサービスと統合できます。Webex Contact Center ソリューションは、あらゆる規模のコンタクトセンターに対応した、オムニチャネルの CCaaS (Contact Center as a Service) です。クラウドとデータインテリジェンスを活用したさまざまな機能によって、各個人に合わせたカスタマーエクスペリエンスをすばやく顧客に提供し、より満足のゆく選択を可能にします。詳細については [Cisco.com](https://www.cisco.com) または Twitter ([@CiscoCollab](https://twitter.com/CiscoCollab)) をご覧ください。

McGee-Smith Analytics について

McGee-Smith Analytics の創設者兼首席アナリストである Sheila McGee-Smith は、カスタマーエクスペリエンスに関して業界をリードするアナリスト兼戦略コンサルタントです。カスタマーケアソリューション/サービスの製品開発、競争力評価、市場調査、販売戦略策定において確かな実績を持っています。今日の消費者やビジネスクライアントのニーズは拡大し続けていますが、McGee-Smith のインサイトを活用すれば、企業やソリューションプロバイダーは、ニーズに対応するための戦略を策定できます。McGee-Smith は、Enterprise Connect のコンタクトセンタートラックをリードしていて、[NoJitter.com](https://www.nojitter.com) や Twitter ([@mcgeesmith](https://twitter.com/mcgeesmith)) を通じて、市場に関する自身の見解を定期的に発信しています。