

# 株式会社QVCジャパン

## 日本発、VOC 活用の成功事例をグローバルで共有 グループ一体の“OneQ”で最高の顧客体験を届ける



コンタクトセンターに蓄積された“顧客の声”をいかに活用するかは、カスタマーエクスペリエンス実践の重要なカギだ。テレビショッピング大手の QVC ジャパンは、ベリントシステムズジャパンの「カスタマーエンゲージメント最適化ソリューション」を採用。会話音声分析 (Speech Analytics) を活用することで顧客ニーズの把握と実践につなげている。

顧客とのより良い関係構築に、カスタマーエクスペリエンス (CX：顧客経験価値) の重要性が増している。顧客が自社や商品・サービスについてどう思い、何を期待しているかを把握し、それを実践することが“選ばれ続ける企業”としての必須要件となる。そのカギを握るのが“顧客の声＝VOC (Voice of Customer)”の分析である。

24 時間 365 日生放送のテレビショッピング番組を提供する QVC ジャパンは、2013 年 4 月に新社屋に移転すると同時にコンタクトセンター基盤を刷新。全通話録音からモニタリングによる品質管理、さらに VOC 分析による業務改善と、通話音声を使いこなし仕組みを構築し、目下、CX 実践に注力している。そのベースとなるのが、ベリントシステムズジャパンの「カスタマーエンゲージメント最適化ソリューション」だ。

### 全通話録音からの対応品質管理 スキル平準化とボトムアップを図る

同社コンタクトセンターは、千葉県・幕張の本社内に構え、席数は約 300 席。24 時間 365 日、顧客からの注文や問い合わせに対応している。エージェントは約 400 名、このうち約 80 名は在宅オペレーションも行う。前述のように現在のセンター基盤を構築したのは 2013 年 4 月。

「2000 年 6 月の設立から 2001 年 4 月の放送開始に合わせ、急ピッチでシステム構築する必要がありました。このため、残念ながら、きちんとした通話録音の仕組みを備えていませんでした。お客様の声の重要性は早い段階から意識していましたので、システム更改時に VOC 分析機能を強化するというのが念願でした」と、カスタマーサービス&エクスペリエンスディレクター&ゼネラルマネジャーの植松浩美氏は振り返る。

ベリント製品を選んだ理由は、通話録音から品質評価、音声分析までを一気通貫で提供できる点だ。複数社のソリューションを組み合わせるのと比べて操作性を統一でき、構築期間や費用も抑えることができる。何よりベリントの強力なサポートが得られることもポイントだ。

具体的なソリューションの活用ステップを図 1 に示す。第一段階では全通話録音を実現。それまで電話機に個別に録音装置を取り付けていたが、サーバーによる一元管理を行えるようになった。第二段階では、対応品質管理を強化。現場管理者 (スーパーバイザー) によるリアルタイムでのモニタリングを可能にし、臨場感ある指導やアドバイスを実現した。さらに品質管理 (クオリティ・アシュアランス) チームによる評価を実施。エージェントのスキルを底上げすることに役立てている。



#### 企業概要

所在地: 千葉県千葉市美浜区  
ひび野2丁目1番地1  
設立: 2000年6月  
(事業開始:2001年4月)  
資本金: 115 億円  
代表者: 代表取締役会長 兼 CEO  
マイク・フィッツハリス  
従業員数: 1600 名 (2014 年12月)  
事業内容: テレビショッピングを  
主体とした通信販売業  
URL: <https://qvc.jp/>



#### 業界

テレビ、インターネットなど  
マルチプラットフォーム通信販売業



#### ソリューション

カスタマーエンゲージメント最適化  
ソリューション:

- 全通話録音 (Full Time Recording)
- 対応品質管理  
(Quality Management)
- 会話音声分析 (Speech Analytics)



#### 国・地域

日本



#### 導入目的

- QVCが競争優位に立つには顧客の声をきちんと分析し、ニーズの把握と実践によるカスタマーエクスペリエンスの強化が重要だった
- その前提として電話対応品質の底上げが求められていた

#### 導入効果

- 現場管理者のリアルタイムモニタリングによる迅速なサポートの実現
- 音声通話の可視化による問題点の抽出、的確な指導実施、品質向上
- VOC分析による顧客の隠れたニーズの把握と実践、CX 向上



「OneQ」を旗印にグローバルで統一して成功体験を共有しようという取り組みの中で、VOC は重要なファクター。QVC ジャパンが先駆けて活用し、その成功体験をいかに共有できるようになるか、非常に期待しています。

カスタマーサービス&エクスペリエンス  
ディレクター 植松浩美氏



全通話録音／応対品質管理／会話音声分析の3機能を活用できることで、リアルタイムモニタリングの実現、弊社センターに適した評価指標のカスタマイズ／音声テキストに基づく『お客様の声分析』が実現されました。

カスタマーサービス&エクスペリエンス  
カスタマーエクスペリエンス マネージャー 増川俊哉氏

「以前はランダム録音によるモニタリングのため、本当に指導すべき通話を見つけるのに大変な労力を要していました。現在は問題のありそうな通話をグラフィカルに確認でき、ピンポイントでのモニタリングとフィードバックが行えます」とカスタマーエクスペリエンス マネージャーの増川俊哉氏はメリットを強調する。

通話内容は録音と同時に音声分析およびテキスト化される。例えば、エージェントと顧客の感情の起伏、沈黙や被りなどの状況、通話時間、保留時間などを可視化。問題のありそうな通話があれば、該当箇所をテキストで確認すると同時に実際の音声を聞き、要因特定と迅速なフォローアップにつなげていく（画面1）。これにより、品質評価をすべき通話を、適正かつスピーディーに検索することが可能になった。

図1 Verint ソリューションの段階的活用

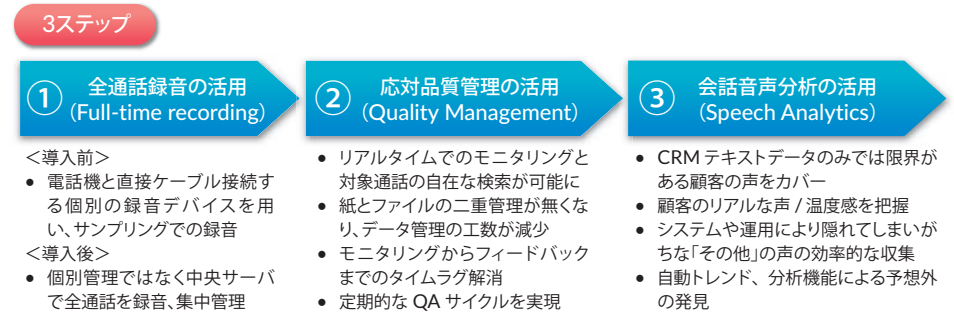
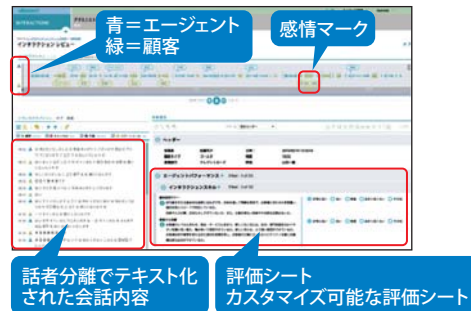


図2 ベリントの会話音声分析の最新バージョン画面サンプル

画面1 テキストと音声同期再生される応対品質評価



画面2 期間を自由に指定してトレンドを表示

## 会話音声分析で“課題”を可視化 見落とされがちな顧客の声を抽出

第三段階は会話音声分析だ。顧客ニーズの把握とその実践となる。

「エージェントが CRM システムに残す応対履歴には限界があります。お客様のリアルな声を分析することで真のニーズや問題を発見することに努めています」（増川氏）

テキスト化された音声通話は、頻出単語や急増ワードなどで集計される。過去のトレンドや類似商品の傾向と比べて気になるワードがあれば、その原因をさまざまな角度から分析できる（画面2）。「分析専門家でなくても気になる部分を特定して要

因分析できる」（増川氏）ため、関連部署などへ新鮮な情報を素早く届けられる。例えば、アパレル商品の裏地に関する質問が多ければ、番組司会者（ナビゲータ）の商品紹介の手順を工夫すれば解決でき、より楽しい買物体験につなげられる。

現在、QVC は、グローバルで“OneQ（ワン・キュー）”をキーワードにCX強化に乗り出している。「欧米や中国、日本を含め、すべての QVC が1つの QVC となってお客様に最高の体験を届けよう」と取り組んでいます。カスタマーサービス&エクスペリエンスというチーム名は、それを体現する意志の現れ。VOC 活用は QVC ジャパンが先鞭をつけていますので、成功体験を積み重ね、日本発でグローバルで共有化していきたいと思ひます」と植松氏は力を込める。

## Verint. Powering Actionable Intelligence®

ベリントはアクション可能な知見を引き出します

ベリント (NASDAQ:VRNT) は、カスタマーエンゲージメント最適化、セキュリティインテリジェンス、不正検知、リスク回避、コンプライアンス対応のためのアクションナブルインテリジェンスソリューションのグローバルリーダーです。180ヶ国以上10,000を超える企業や団体が、多くの情報から効果的かつタイムリーに判断を下すためにベリントのソリューションを導入しています。詳しくはwww.jp.verint.comをご覧ください。

**VERINT**

<http://www.verint.co.jp/>

ベリントシステムズジャパン株式会社  
〒102-0083 東京都千代田区麹町5-1  
NK真和ビル8F  
TEL : 03-6261-0970  
[al\\_japansales@verint.com](mailto:al_japansales@verint.com)