



IPSOS VIEWS

AIとCXの未来

共感的で有意義な体験を
デザインする

Helen Bywater-Smith
Jean-Francois Damais
Tristina Keith



イプソスでは、ヒューマンインテリジェンス(HI)と人工知能(AI)の独自の融合を推進し、イノベーションを推進し、影響力のある、人間中心のインサイトをクライアントに提供します。

イプソスのヒューマンインテリジェンスは、プロンプトエンジニアリング、データサイエンス、そして独自の高品質データセットの専門知識から生まれ、創造性、好奇心、倫理観、厳密性をIpsos Factoという生成AIプラットフォームを活用したAIソリューションに組み込んでいます。イプソスのクライアントは、より安全で、より速く、人間の背景に基づいたインサイトから恩恵を受けています。

HI+AIの可能性を解き放ちましょう！

#IpsosHiAi



HIとAIの両方の力を活用することで、ロイヤルティと成長を促進する共感的で有意義な体験を生み出すことができます



はじめに

今日の競争の激しい環境では、優れた顧客体験はもはや贅沢ではなく、ブランドロイヤルティを構築し、成長を促進するために必要不可欠なものとなっています。

生成型人工知能(生成AI)は、デジタル効率と実際の人とのやり取りの間のギャップを埋めることで、顧客体験に革命を起こすユニークな機会を提供します。

私たちは顧客のニーズと期待を認識する必要があります。米国の消費者の88%¹は、顧客サービスには人間による対応を好むと答えています。しかし、生成AIは適切に設計され、管理されれば、顧客の要求を真に正確に理解し、対応することができます。

ここでは、顧客体験の測定、管理、設計、提供を強化する上での生成AIの変革の可能性を探るとともに、生成AIとヒューマンインテリジェンス(HI)のバランスを取る必要性を軽視することのリスクについても説明します。

その両方の力を活用することで、ロイヤルティと成長を促進する共感的で有意義な体験を生み出すことができます。

生成AI変革

生成AIは、エクスペリエンスの測定と管理の方法、そしてそれが顧客と従業員のエクスペリエンスの提供に与える影響を大幅に強化する可能性があります。

インサイトの生成と活用の効率と有効性を向上させるために役立つ方法をいくつか紹介します。

• アクティブリスニングの向上:



生成AIは従来のフィードバック調査に革命を起こし、より短く、より会話的で、顧客の状況に合わせてパーソナライズされ、回答率とサンプルの代表性が向上します。

• フィードバックデータの価値を高める:



生成AIは、データソース間の分析プロセスを高速化し、要約、背景を説明し、インサイトを提供します。

• エンゲージメントの向上:



AIインサイトアシスタントは、フィードバックデータを調査し、重要な傾向、痛点、長所などに関する質問にインテリジェントに対応し、データエンゲージメントのレベルを向上させることができます。

• アイデア創出のスーパーパワーになる:



生成AIはインサイト力の活用を高め、アイデア創出の触媒として機能し、新しいサービスコンセプト、アクションプラン、顧客戦略の設計に役立ちます。

生成AIは、人間が提供する体験と連携して、より繊細で効率的かつコスト効率の高い体験を提供できる可能性もあります。

• パーソナライゼーションの提供:



生成AIは膨大なデータを分析し、個人のニーズや好みに合わせて体験を調整することができます。

• 顧客生涯価値の向上:



顧客価値を最大化するためのダイナミックな介入、リカバリーイニシアチブ、次善のアクションを提供したり、従業員をサポートしたりすることができます。

• 効率性の向上:



生成AIは、顧客体験のさまざまな側面を自動化し、簡素化し、従業員を他のタスクに割り当てます。

• 可用性の確保:



生成AIは24時間365日一貫したサービスを提供することができますが、高品質で最新かつ整理されたデータを確保することで、潜在的なハルシネーション(誤ったデータや誤解を招くデータ)を軽減することが極めて重要です。

IPSOSの調査によると、世界中で人々はAIに対して期待と不安の両方を抱いていることが明らかになりました。平均すると、32か国の53%の人がAIを使用した製品やサービスに期待していると答えており、AIに不安を感じると答えた人は50%でした²。アジアが最も楽しみにしており、アングロスフィアとヨーロッパが最も懐疑的です。



いい例と悪い例:



優れたAI体験 - パーソナルスタイリスト

AIを活用したパーソナルスタイリングサービスは、テクノロジーと人間の専門知識を独自に組み合わせて提供することで、ファッション業界に革命をもたらしています。顧客からのフィードバックや好みを分析することで、このサービスは顧客のスタイルや体型に合ったパーソナライズされた洋服をセレクトします。

このオンラインサービスでは、生成AIを使用して広範なデータを評価し、顧客のニーズを解釈し、熟練した個々のスタイリストが魔法のような最後の仕上げを加えます。結果は？

より深いレベルであなたとつながる、真にパーソナライズされた体験を提供します。

自動化と人間の専門知識の調和のとれた融合により、ブランドは顧客との真のつながりを構築することができ、AI/HI実装に対するバランスのとれたアプローチの威力を実証しています。

しかし、無責任に設計され、思慮や配慮なしに管理されるのであれば、AI世代の体験にリスクがないわけではありません。



残念なAIエクスペリエンス - 旅行ボット

夢の休暇を計画しているのに、子供がいないにもかかわらず、家族向けのリゾートやクルーズの提案が殺到してくることを想像してみてください。

偏ったデータや技術的な不具合によって引き起こされたこのAIの失敗は、アルゴリズムだけに頼ることの潜在的な落とし穴を浮き彫りにしています。結果は？顧客の不満と信頼の失墜です。

このような失敗を回避するために、企業は次のことを行う必要があります。

- **データの偏りをなくす:** 隠れた偏りがなければアルゴリズムを定期的に監査し、データがすべての顧客の多様なニーズを反映していることを確認します。
- **人間による監視:** AIが生成した推奨事項を専門家がレビューして改良するシステムを実装します。
- **フィードバックループ:** 顧客からのフィードバックを収集し、提案の精度と関連性を継続的に向上させます。
- **コンテキストが重要:** 個々の顧客の背景・状況を理解し、無神経または無関係な推奨を避けるAIシステムを開発します。

HIとAIを組み合わせる魔法

生成AIはそれ自体注目に値するかもしれませんが、記憶に残る体験をデザインする真の成功は、人間を理解し、テクノロジーと人間のバランスをとることにあります。AIを成功させる秘訣は、それをヒューマンインテリジェンス(HI)に根付かせることです。

Ipsos R&D³によると、体験がブランドの約束によって設定された期待と一致しない場合、顧客が離脱する可能性が高くなることがわかりました。

1. 経験を通じて期待に応え、形作る

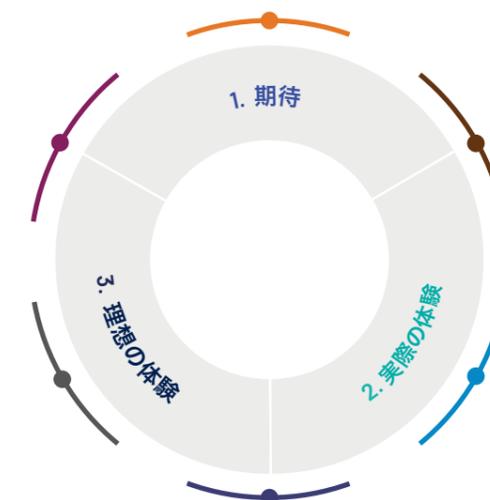
生成AIによって可能になるものも含め、あらゆるやり取りはブランドの約束を再確認する機会となります。顧客の期待をタッチポイント全体でマッピングしていただくと、実際の体験を測定するためのベンチマークとして機能します(図1参照)。

逆に、CX投資対効果(ROCXI)が大きくなるのは、エクスペリエンスが機能的なメリットを超え、顧客と感情的に結びついたときです。

生成AIは、顧客体験の設計、提供、測定の方法を大幅に強化できます。HIの原則を使用してAIエクスペリエンスを進化させるために、イプソスは人間とデジタルの両方のやり取りに適用される3つの包括的原則を特定しました。

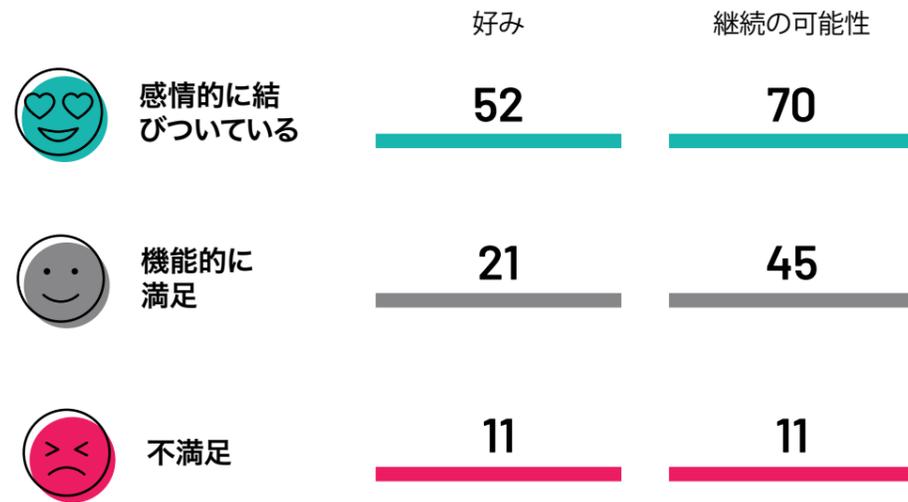
顧客の期待は、さまざまな分野の経験に影響を受け、常に変化しています。広い視野を持ち、顧客に寄り添い、定期的にジャーニーマップを更新して、期待と体験を比較し、理想的なジャーニーがどのようなものかを理解しましょう。

図1: CXジャーニーフレームワーク



出典:
イプソス⁴

図2:感情的な愛着の力

出典:
Ipsos R&D⁵

2. コンテキストを理解して統合し、エクスペリエンスを最適化する

背景は重要です。生成AIは多くのタスクを処理できますが、特定の状況では人間による介入が必要になります。顧客のニーズに合わせて、カスタマージャーニー全体で考えられるコンテキストをマッピングし、人間とボットのやり取りを切り替えるタイミングを生成AIにトレーニングしましょう。

3. 共感を体験設計と提供の中心に据える

人々を理解することは、エクスペリエンスの設計と提供の中心となります。共感とは、顧客と従業員のあらゆるジャーニーにおける感情的なニーズを理解し、最高の体験を提供することを意味します。「CXフォース」フレームワーク⁵は、ヒューマンインテリジェンス(HI)をすべてのエクスペリエンスの中核に据え、エクスペリエンスマネジメント、測定、デザインに適用することで、顧客と従業員の感情に響くエクスペリエンスを実現します(図2参照)。

CXフォース

イプソスのCXフォースフレームワークは、人間のニーズに対する共感的理解に基づいたエクスペリエンスの設計に役立ちます。

広範な研究開発を通じて、イプソスは感情的な愛着と関係の強さを予測する有効な6つの主要な側面を特定しました(図3参照)。CXフォースは、真に人間中心のフレームワークであり、組織が人々をよりよく理解し、強力で相互に利益をもたらす関係を構築すること

を可能にします。このフレームワークを活用することで、顧客理解を促進し、共感に基づいて組織に顧客中心の文化を根付かせることができます。

あらゆるエクスペリエンスを設計する際に、CXフォースフレームワークを使用すると、ブランドとの関係に影響を与える実際の顧客ニーズに基づいて設計を行うことができます。

図3: CX フォース

出典:
Ipsos R&D

HIのCXフォースは生成AIとどう向き合うか:

コントロール: 顧客は、コンタクトチャネルの選択肢や、データが安全でセキュアであり、顧客体験を向上させるために使用されているという保証によって、コントロールされていると感じる必要があります。

フェアな扱い: 生成AIは顧客の個人的な状況を理解し、顧客の最善の利益のために行動する必要があります。

確実性: 生成AIは顧客に最新情報を提供し、次に何が期待できるかを知らせる必要があります。

所属感: 顧客は歓迎され、受け入れられ、個々のニーズが評価されていると感じる必要があります。

状態: パーソナライズ、そしてカスタマイズされた推奨事項を提供することで、顧客は大切にされていると感じるはずで

楽しさ: 生成AIは、日常的なタスクをスピードアップし、簡単に感じられ、安心感や、適切な場合には喜びさえも得られる体験を促進することで、生活を向上させることを目指すべきです。

CXフォースを適用することで、エクスペリエンスを設計し、その有効性を測定し、HIをカスタマーエクスペリエンスに組み込むことができ、AIとHIがシームレスに共存して優れたCXを提供するための基盤が整います(図4参照)。



顧客は、コンタクトチャネルの選択肢や、データが安全でセキュアであり、顧客体験を向上させるために使用されているという保証によって、自分がコントロールされていると感じる必要がある



図4: AIを活用した休暇予約体験の再構築

ステージ	CXフォース	ニーズ	旅行ボット Holly
インスピレーション	状態	休暇に行く場所のアイデアを教える	あなたのニーズと好みに合わせた休暇先のリストをご紹介します。
リサーチ	コントロール	私が十分な情報を得た上で決断できるよう、簡単に情報を提供して	あなたの最終決断のお手伝いをさせていただきます。あなたのニーズとご予算に合った3つのオプションをご紹介します。
予約	フェアな扱い	支払いを管理する最善の方法をアドバイスして	休暇の支払い計画や、アクティビティのための貯蓄計画を立てましょう。
計画	楽しさ	旅を最大限に楽しむためにサポートして	最高の時間をお過ごしいただけるよう、完全な旅程をデザインしましょう。
荷造り	確実性	忘れ物がないようにパッキングリストを作って	必要なものはすべて揃えるようにいたします。アクティビティや天候についても考慮します。
重要な書類	コントロール	重要な書類を忘れないようにして	出発前の最終チェックです。ビザ、パスポート、保険、予防接種はお済みですか？

出典:
Ipsos R&D

生成AIエクスペリエンスの設計における成功へのロードマップ

1. 目標を決める

エクスペリエンスデザインには明確な焦点が必要です。データを分析して、適切なスタート地点となるジャーニーやタッチポイントを特定します。

カスタマーアドボカシー、リテンション、消費シェア、業務効率などの主要業績評価指標

(KPI)に基づいて、エクスペリエンスを改善すべき箇所を特定しましょう。

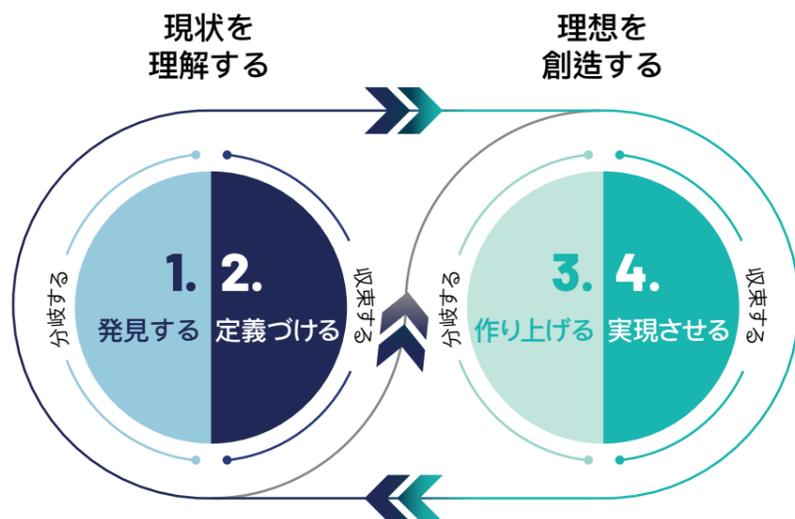
最初のAIエクスペリエンスを構築するための安全な出発点を選択し、慎重にテストして、知識、自信、能力を構築できるようにします。

2. サービスデザインアプローチを活用する

顧客と従業員の視点から現在のジャーニーを深く掘り下げたために、サイロを越えて協力するエクスペリエンスデザインタスクフォースを構築しましょう。この多様性のあるチームには、CXリーダー、顧客対応スタッフ、ITプロフェッショナルが含まれる必要があります。

イプソスのエクスペリエンスフォースフレームワークを使用して、現在のエクスペリエンスをマッピングし、顧客のニーズと期待を理解することで共感を構築します。問題点と改善領域を特定し、さまざまな分野の素晴らしい経験からインスピレーションを得られます。

図5: ダブルダイヤモンドフレームワーク



出典:
The British Design
Council

最前線のスタッフが設計プロセスに参加して知識とヒューマンインテリジェンスを取り入れ、さまざまな顧客の状況に応じて微妙で繊細なエクスペリエンスを実現できるようにします。現在機能している、生成AIで改善可能な手動プロセスを探しましょう。

豊富なジャーニーマップとペルソナを通じてインサイトを実現し、ソリューションを考案、新しいエクスペリエンスのプロトタイプを作成し、アジャイルスプリントを通じてテストします。

3. AI使用ケースを批判的に評価する

イプソスの「真実・美・正義」のフレームワーク⁶を適用し、使用ケースのパフォーマンスを評価し、改善点を特定しましょう。

AIのアウトプットの正確性と信頼性を評価し(真実)、システムの説明可能性と透明性を検証し(美)、倫理的配慮とデータ保護との整合性を確保します(正義)。データの質は、信頼できるAIの成果にとって極めて重要です。

4. CX投資収益率(ROCXI)を決定する

AIを活用したカスタマージャーニーの改善に伴う潜在的なリターンを定量化することで、リソースを解放し、行動を促進し、変革のための説得力のあるケースを作成しましょう。⁷

顧客とビジネス成果への影響に基づいて問題の優先順位を付け、ROCXIモデリングを使用して、生成AI実装がカスタマージャーニー内で生成できる潜在的な向上を定量化します。

5. システムの青写真を描く

生成AI使用ケースごとに、ジャーニーのコンテキスト内で理想的なシステムの青写真を描きましょう。

最前線の観点から見た顧客のデジタルエクスペリエンスと、舞台裏で生成AIから必要なサポートについて詳しく説明します。

提供された情報に基づいて、必要な権限、アクセス、決定を定義します。

6. パイロットと測定を実行する

優先順位が確立され、潜在的な介入策が作成されたら、A/Bテストやテストアンドラーンのような実験的設計を使用して、展開しながら効果を測定します。

エクスペリエンス管理プログラムを通じてカスタマージャーニーへの影響を傾聴して追跡し、何が機能し、何が機能していないか、生成AIの取り組みを改善できる箇所をリアルタイムで把握できるようにします。

満たされているCXフォースを特定するために、自由回答形式の質問と逐語的な回答を含めましょう。

エクスペリエンスの未来に向けて

期待とビジネスモデルが進化するにつれて、組織は変化する顧客ニーズに対応するためにAIとHIを組み合わせる必要性が高まります。高度な分析メカニズムとよりスマートなアクション計画ツールを導入することで、顧客の成果を予測して影響を与え、成功への道筋を示すガイダンスを提供できるようになります。

エクスペリエンスの核心には、ブランドが人々とその生活における役割を理解する基本的な必要性があります。

ブランドは、顧客や従業員の感情に訴えることで、強力で有意義かつ相互に利益のある関係を構築し、ビジネスに良い成果をもたらすことができます。

エクスペリエンスリーダーとして、顧客と従業員を理解し共感するというコミットメントを維持しながら、AIとデータによってもたらされる機会を活用することが、この刺激的な未来を切り拓く鍵となるでしょう。

サマリー

生成AIの可能性とそれがCXに与える影響は計り知れませんが、エクスペリエンスデザインの中心にヒューマンインテリジェンスを置くことが重要です。

エキサイティングな未来に向けて、テクノロジーを駆使して人と人とのつながりを強化し、顧客のニーズに真に響く体験を創造していきましょう。



01

生成AIを活用して、エクスペリエンスの効率と効果を向上させる



02

顧客と従業員の変化するニーズに常に対応する



03

HIを念頭に置いた体験をデザインし、深い共感と理解を確保する

イプソスCX HI+AIツールキットには以下が含まれます:

CX MATURITY - AIの準備をしましょう
組織として生成AIにどの程度準備ができて理解します。イプソスのCX Maturityフレームワークは、組織を評価してパフォーマンスを判断し、将来のCXロードマップを通知し、AI対応のために何を実施する必要があるかを明確に示すアクションプランを提供します。

CX JOURNEY - チャンスがどこにあるのかを特定しましょう

顧客と従業員のエクスペリエンスをマッピングして、ジャーニーのどこに再設計の機会があるかを特定し、生成AIを使用して関係を改善します。アプローチの中核をなす「CXフォース」フレームワークは、機能的ニーズと感情的ニーズを確実にマッピングします。

CX SERVICE DESIGN - 新しい体験をデザインしよう

サイロ化を解消し、CX、フロントライン、テクノロジーなど、事業分野を横断するコラボ

レーションチームを結成して、体験を再構築します。生成AIがCXを向上させる機会領域を特定し、解決策となる可能性のあるものについてアイデアを出します。プロトタイプを作成してテストを実施し、クラス最高のエクスペリエンスを提供していることを確認します。成功に向けてすべてが整っていることを確認するために、システムの青写真を作成します。パイロット、テスト、そして学習です。

ROCXI - 財務的影響を計算してみましょう
新しい世代のAIビジネス ケースの潜在的な投資収益率を定量化し、予算を解放して経営幹部の参加を促します。

CX MEASUREMENT AND ANALYTICS - すべてがうまく機能していることを確認しましょう

体験を測定・管理し、顧客のニーズに合致させます。常に耳を傾け、学び、改善します。

脚注

- 1 [Going all in with AI? Here's how to the keep customer at the center | Ipsos](#)
- 2 [The Ipsos AI Monitor 2024 | Ipsos](#)
- 3 [Mind the Gap: Why what a brand promises and what it delivers matter | Ipsos](#)
- 4 [CX Service Design: Designing experiences that create emotional attachment and drive brand growth | Ipsos](#)
- 5 [The Forces of Customer Experience | Ipsos](#)
- 6 [Exploring the Changing AI Landscape: From Analytical to Generative AI | Ipsos](#)
- 7 [Money Talks or Budget Walks | Ipsos](#)

2024年7月

AIとCXの未来

共感的で有意義な体験をデザインする

著者

Helen Bywater-Smith

Global Head of Service Design,
Customer Experience, Ipsos

Tristina Keith

Global Head of Alliances,
Customer Experience, Ipsos

Jean-Francois Damais

Global Chief Research Officer,
Customer Experience, Ipsos

IPSOS VIEWSホワイトペーパーは、Ipsos Knowledge Centreが作成しています

www.ipsos.com

@Ipsos

