

## お客様概要

フォッシル・グループ(Fossil Group, Inc.)は、ライフスタイルアクセサリを専門に扱い、デザイン、マーケティング、流通、イノベーションを手掛けるグローバル企業です。

## ウェブサイト

[www.fossil.com/us/en.html](http://www.fossil.com/us/en.html)

## CXoneソリューション

- CXone Omnichannel Routing (オムニチャネルルーティング)
- CXone Workforce Management(WFM)
- CXone Quality Management(品質管理)
- CXone Reporting(レポート作成)

## 実現した成果

- 17か所のグローバルコンタクトセンターと3か所の外部コールセンターをCXoneに統合
- 顧客満足度の向上
- コンタクトセンターの予測精度の向上

## CXoneに対する評価

「CXoneを導入する前は、世界17か所のコンタクトセンター全体のレポートを作成することはできませんでした。CXoneを導入して初めて、全世界のパフォーマンスに関する洞察を得られるようになりました」

フォッシル・グループ業務マネージャー  
Kim Carrillo氏

## フォッシル・グループ、世界17か所のコンタクトセンターをCXoneで統合

### フォッシル・グループについて

フォッシル・グループ(Fossil Group, Inc.)は、ライフスタイルアクセサリを専門に扱い、デザイン、マーケティング、流通、イノベーションを手掛けるグローバル企業です。自社ブランドとライセンスブランドのさまざまな商品を扱っており、ファッション時計、宝石、ハンドバッグ、革小物などを製造・販売しています。同社は、自社ブランド(Fossil、Michele、Misfit、Relic、Skagen、Zodiac)やライセンスブランド(Armani Exchange、BMW、Chaps、Diesel、DKNY、Emporio Armani、Kate Spade New York、Marc Jacobs、Michael Kors、Puma、Tory Burch)で最高のデザインとイノベーションの提供に注力しています。フォッシル・グループは、多数の地域、カテゴリ、チャンネルを抱える大規模な流通ネットワークを通じて、各ブランドストーリーに命を吹き込んでいます。

### 課題

フォッシル・グループは、グローバル企業であり、CXoneの導入前は、17か所のコンタクトセンターで異なるソフトウェアソリューションが使用されていたことから、会社全体のパフォーマンスを正確に把握するのが困難でした。

ワークフォース管理部門のグローバルスーパーバイザーのBrianna Love氏は、次のように説明します。「当社では、CXoneを導入するまで複数のシステムを使用していました。コンタクトセンターシステムについては、とあるベンダーのシステムを使用し、レポート作成とワークフォース管理のシステムについては、それぞれ別のベンダーのシステムを使用していました。これら複数のシステムは相互にデータをやり取りできないため、レポートの作成が非常に大変でした。北米、欧州、アジアのコンタクトセンターシステムからデータを手作業で取り出してまとめなければならず、会社全体のパフォーマンスを把握するのに多くの労力と時間を費やしていました」

各システムが抱える制約事項は、生産性やカスタマーエクスペリエンスにも悪影響を与えていました。Love氏は続けます。「以前のシステムでは、エージェントのスキルに基づいた適切な配置ができませんでした。エージェントが二か国語を話せても、英語とスペイン語のどちらのコールも取れるようにシステムを設定することは不可能でした」

「最大の難点は、予測と作業スケジュールの作成でした。コールボリュームのパターンを推測し、Excelを使って手作業で作成していたため、作成した予測やスケジュールが正しいかどうかを確認する手段がなかったのです」

### ソリューション

フォッシル・グループは、世界各地のコンタクトセンターをひとつの統合型コンタクトセンターソリューションに集約すべきときが来たと判断しました。そこで同社は、グローバルな運用に対応できる、CXoneを選択しました。

Love氏は次のように説明します。「CXoneがフォッシル・グループにもたらした影響は、とてつもなく大きなものです。ようやく、パフォーマンスデータのすべてをひとつのユニファイドプラットフォーム上で見られるようになりました。それによって、時間が節約されただけでなく、世界全体で優れたカスタマーエクスペリエンスが提供できているかどうかの

把握がしやすくなりました。CXoneは、当社のトレーニング、コーチング、予測、顧客満足度、エージェントエンゲージメントなどにプラスの効果をもたらしています」

## CXone Workforce Managementにより、 エージェントエンゲージメントが向上

WFMは、フォッシル・グループのエージェントやスーパーバイザーに大きな効果をもたらすソリューションになっています。Love氏は次のように語ります。「WFMを使用して予測とスケジュール作成を自動化したことで、1週間当たり20時間という膨大な時間が節約されました」

WFMは、自動予測の作成に関してもプラスの効果をもたらしています。「当社が得た最大の成果のひとつは、過去のコールボリュームに基づいて正確な予測を行えるようになったことです。CXoneの導入前は、月曜日が最も多忙だと思込んでいました。ところが、WFMを導入して、火曜日のコールボリュームが最も多いことが分かり、大変驚きました。非常に有意義な発見でした。なぜなら、それによって、エージェントのスケジュールを適切に作成できるようになったからです」と業務マネージャーのKim Carrillo氏は説明します。

フォッシル・グループでは、この正確な予測を外部コールセンターのスケジュール作成にも活用しています。Love氏は、「CXone WFMの予測を使用することで、例えば、会社主催のハロウィーンパーティなどのイベントでエージェントが手薄になるときなど、いつ外部のコールセンターが必要になるかが分かるようになりました。CXoneを導入するまでは、エージェントを電話対応から外しても問題ないことを、推測に基づいて、経営幹部に示していました。今や、そうした提案を裏付ける確かなデータが手に入れられるようになったのです」と語ります。また、CXoneの導入によって、エージェントがより積極的にスケジュール作成に関われるようになったことから、エージェントエンゲージメントも向上しています。Carrillo氏は次のように話します。「WFMでは、スケジュールをきめ細かく設定できるため、エージェントたちは、以前のシステムよりも気に入っています。CXoneでは、エージェントが希望するシフトに入札を入れられるようになっており、より多くの権限を与えられているとの実感が持てるようになってきました。エージェントはWFM経由で休暇を申請できるようになっており、その承認も簡単に行えます。また、オンラインでスケジュールを確認できるため、次のシフトの確認もはるかに簡単になりました」

## スキルに応じたエージェントの配置と コールバック機能により顧客満足度が向上

フォッシル・グループでは、多数のエージェントを各自のスキルに応じて適切に配置することによって、顧客満足度を向上させることができました。「以前のシステムでは、エージェントが複数言語を話せても、言語能力に応じて配置することができませんでした。例えば、エージェントが二か国語を話せる場合であっても、英語とスペイン語のどちらのコールも取れるように配置することは不可能でした。CXone導入後は、話せる言語に応じてエージェントを配置するようになったことが、カスタ

マーエクスペリエンスの向上に寄与しています」とLove氏は説明します。

フォッシル・グループは、繁忙期には、CXoneの能力を生かして保留時間を短縮し、カスタマーサービスの対応能力を高めています。Carrillo氏は次のように説明します。「CXoneのコールバック機能を導入したことで、保留待ちのお客様が、今の待ち順番のまま、コールバックを受けることを選択できるようになりました。これは、以前のシステムにはなかった機能で、お客様のイライラや不満の解消に大いに役立っています」

**「CXoneの導入により当社が獲得した最大のメリットは、何と言っても、正確な予測ができるようになったことです。以前は、Excelを使用して予測を作成していましたが、非常に時間がかかり、非効率でした。今や正確な予測が可能となり、スタッフ配置計画をより正確に作成できるようになりました」**

フォッシル・グループ業務マネージャー  
Kim Carrillo氏

## 世界17か所のコンタクトセンターに対応した グローバルなレポート機能

以前のシステムでは、貧弱なレポート機能と可視性の低さが弱点になっていたことから、フォッシル・グループはCXone Reportingの活用によって多くの恩恵を受けることができました。

「当社は、CXoneのさまざまなレポート機能を利用しています。例えば、放棄呼率が高い場合、スキルごとに放棄呼を分析し、各エージェントのパフォーマンスまで深掘りして分析することで、問題の根本原因を把握することができます。そして、この分析結果を使って特定のキューの優先順位を上げることで、保留時間の短縮を実現しています」とLove氏は述べています。

「当社では、毎週、CXoneを使用して、平均処理時間や1時間当たりの対応件数などの各エージェントの主要メトリクスを表示するカスタマイズ可能なダッシュボードを作成しています。エージェントが、このダッシュボードにアクセスして、自分のパフォーマンスを確認できるようにしています」

世界全体のカスタマーサービスのパフォーマンスレポートを容易に作成できるようになったことは画期的なことです。Love氏は、「今や、17か所のコンタクトセンターから手作業でデータを取り出して結合しなくても、パフォーマンスに関する数値をひとつのプラットフォーム上ですべて見るすることができます。これによって、大幅な時間の節約がもたらされるとともに、世界全体のカスタマーサービスの状況を正確に把握できるようになりました」と語ります。

CXoneは、世界各地のカスタマーサービス組織を統合し、各組織をワンチームとして機能させるといふ、フォッシル・グループの目標の実現に寄与しました。このビジョンの実現において、NICEのエキスパートが大きな役割を果たしました。

Love氏は次のように述べています。「NICEの力を借りてCXoneを導入したことは、素晴らしい経験となりました。彼らは皆、豊富な知識を持ち、頼りになり、導入作業の間、非常に助けられている感じがしました。自社オフィスと外部コールセンターをすべてCXoneに統合したことで、世界の各地域で素晴らしいカスタマーエクスペリエンスを提供できるようになりました」

## NICEについて

NICE(NASDAQ:NICE)は、電話、モバイルアプリ、電子メール、チャット、ソーシャルメディア、ビデオなどの複数のソースから大量の構造化および非構造化データをリアルタイムで取得・分析することで、戦略的な洞察を提供するソフトウェアソリューションの世界的リーダーです。NICEのソリューションにより、顧客体験と業績の向上、コンプライアンスの確保、金融犯罪の阻止といった、人と資産の保護を目的とする「次の最善策」がとれるようになります。NICEのソリューションはフォーチュン100社のうち80社を含む150ヶ国を超える25,000以上の組織で利用されています。製品につきましては右のQRコードからお問い合わせください。

