

kyndryl™

デジタル・ワークスペース
での体験ではかる未来



目次

01

ユーザー体験中心のワークスペース

個々のユーザー体験とビジネスの成果を判断し、サービスの価値を理解する

02

ワークスペースでのユーザー体験の定義

全体的なユーザー体験を正確に測定するために、すべてのタイプとタッチポイントでの体験を考慮する

03

新しいワークスペース体験の指標とユーザーにとって複雑な現状のITジャーニーとの結び付き

個々のサービスの実行に対するユーザー体験と結果の測定に焦点を当てる

04

XLAと体験分析を成功させるために必要なテクノロジー

体験に焦点を当てたデータ全体に強力な洞察を適用し、ユーザー体験を継続的に最適化する

05

XLAおよびXPIを展開する際に考慮すべき重要な要素

XPIとXLAスコアを組み合わせ、エンドツーエンドでユーザー体験の全体像を把握する

06

XLAの未来

XLAとXPIの採用により、組織のデジタル・ワークスペースの成熟度を左右する可能性がある

01

ユーザー体験中心のワークスペース

このホワイトペーパーでは、XLAとXPIの目的と利点、SLAやKPIとの違い、またデジタル・ワークスペースが生産性、ユーザー体験、ビジネス成果の向上を継続的に推進するために重要である理由について説明します。

従業員とテクノロジーとの関係は急速に変化しており、従業員がより自立し、新しいワークスペース支援モデルを使用できるようになっています。

その結果：

- ユーザーは、個人の生活の中でのテクノロジーとのかかわりをミラーリングした消費者のような体験を広く期待します。
- 企業は、ワークスペースでのユーザー体験を向上させる新しいテクノロジーの進歩をより有効に活用できます。
- 企業は現在、従業員の生産性およびエンゲージメントなど、ユーザー体験の向上に関連する節約に価値をおいています。これは、新しいツールを使用してより正確に測定できるようになりました。

ビジネスの優先事項は現在、インテリジェントで継続的に改善されるデジタル・ワークスペースの作成と一致しています。これにより、従業員は生産性を高め、ビジネスの成果を向上させるために必要な体験を得ることができます。理想的な体験とは何かを理解するには、従業員がITとどのようにかかわっているか、および生産性の実現のためそれらのかかわりがどの程度成功しているかについての深い洞察が必要です。

従来の指標では、このレベルの洞察を提供できません。企業は、成功したデジタル変革を完全に追跡し、ユーザーの感情、エンゲージメント、生産性を測定する機能を必要としています。これらはすべて、ユーザー体験とビジネスの成果を向上させるために不可欠です。

新しいレベルの洞察に対する必要性は、サービス価値を測定する新しいアプローチにつながっています。エクスペリエンス・パフォーマンス・インディケーター (XPI) は、個々のユーザー体験とビジネスの成果の測定に使用されます。エクスペリエンス・レベル・アグリーメント (XLA) は、エンドツーエンドのユーザー体験と全体的なビジネス成果を測定するために使用されます。

ワークスペースでの ユーザー体験の定義

ユーザー体験の向上は、デジタル・ワークスペースの新しいトピックではありません。しかし、多くの場合で解釈が異なります。全体的なユーザー体験は、特定のソリューションとのすべてのやり取りの組み合わせですが、より狭い範囲かつ少ない検証により、より良いユーザー体験提供についての仮定がしばしば行われます。たとえば、体験は満足と同義で使用されることが多くありますが、これは積極的に測定されないことがよくあります。

デジタル・ワークスペースでの体験には、次のようなものがあります。

- ユーザーの満足: ユーザー満足度
- ユーザーの労力: ユーザーがタスクを完了するために必要なインプットの量
- ユーザーの成果: 生産性の向上を含むユーザーに対する結果
- ユーザーへの影響の回避: ネガティブイベントの削除

ユーザー体験には、これらのタイプの1つ以上が含まれる場合がありますが、それぞれが異なるものとして認識することが重要です。たとえば、ユーザーのロイヤルティは、ユーザーの満足よりもユーザーの労力と密接に関連していることが分かっています。ユーザーは、結果に基づいて体験に満足を表明する場合がありますが、予想よりも多くの労力を要し、将来のソリューション・エンゲージメントに悪影響を与えると感じています。

ユーザーの全体的な体験に影響を与えるさまざまなタッチポイントを特定することも重要です。たとえば、ユーザーサポートの確認とサービスデスク・エージェントとのやり取りを検討する場合は、報告された問題と報告されていない問題の影響、サポートの使いやすさ、対人以外のチャネルでの体験など、他の要素を考慮することが重要です。図1をご覧ください。

全体として、デジタル・ワークスペースの体験を決定するときは、考慮すべきすべてのユーザータイプと体験のタッチポイントを確認することが重要です。



図1. サービスデスクの体験タッチポイント

サービスデスクの体験タッチポイントの例:

1. デバイスに関するユーザー体験
2. ユーザーのジャーニー体験
3. 自動サポートに関するユーザー体験
4. エージェントサポートに関するユーザー体験

新しいワークスペース体験の指標と ユーザーにとって複雑な現状の ITジャーニーとの結び付き

ユーザーのITジャーニーは、デバイス、アプリケーション、チャンネル、およびリモートワークの急速な成長と採用により、はるかに複雑になっています。ユーザーは、このワークスペース体験をまとめるのに関連するチームを意識することなく、仕事を遂行するために必要なツールと情報にアクセスします。たとえば、ユーザーはITサポート体験にどのチームが関与しているかを意識していません。一方で、デスクトップ、モバイル、ウェアラブルデバイス、およびWebで必要なアプリケーションへの24時間365日アクセスを望んでいること、常に一貫した体験を期待しているということを彼らは知っています。

XLAの必要性が生じたのは、多くの異なるITチームが、複数のサービスやチームを含むワークフローにまたがる、ユーザーの全体的なITサポート体験とその結果に責任を負っているためです。XLAは、個々のサービスの実行に焦点を合わせるのではなく、ユーザー体験と結果の尺度を提供します。

XPIおよびXLAの定義:

XPIは、ユーザーのエンドツーエンドの体験またはビジネスの成果の一部をターゲットにします。

XLAは、効果的なITサポートまたはHRプロセス取得など、ビジネスの特定の領域全体におけるエンドツーエンドのユーザー体験とビジネス成果の向上を目標とする複数の指標(XPI)で構成されます。



ITサービスに合わせて新しいワークプレースの指標を定義する

デジタル時代の従業員の生産性を確保するために、企業は、XLAおよびXPIでユーザー体験と結果を測定することを必要としています。これらは単一のサービスに対する複数のチームと意思決定者の合計と考えられます。したがって、XLAまたはXPIを1つのチームに割り当てることは不公平で、客観的ではなく主観的となる可能性があります。これが、提案されている多くのXLAおよびXPIが、従来のサービス・レベル・アグリーメント (SLA) および主要業績評価指標 (KPI) の一部ではない理由の1つです。これは、SLAが意図的にユーザーの成果に焦点を当てていないためではなく、XLAまたはXPIが完全に1つのチームまたはサービスの管理下にないためです。結果として、チームが単独で目標を達成することを約束することができない場合があります。たとえば、サービスデスクでは、応答の平均速度、通話の放棄率、または最初の通話の解決を改善するために変更を行いますが、ユーザーの労力スコアは、図2に示すように、会社のプロセス、セキュリティポリシー、イントラネット・インターフェイス、ITSMセットアップ、または、内部通信に影響を受ける場合があります。



図2. ユーザーの労力スコアへの影響

サポートを受けるためのユーザーの労力に貢献するチーム:

- HRチームとオンボーディング: ITサポートの使用方法をユーザーに知らせる
- ユーザーチーム: 企業文化およびサポートを受けるためのガイダンス
- ITSMチーム: ポータルデザイン
- アプリケーションチーム: チャットの可用性
- IT運用およびセキュリティチーム: 従うべきプロセス
- イントラネットチーム: サポートポータルを見つけるための方法
- ネットワークチーム: チャット可用性
- サービスデスクチーム: エージェントサポート
- レベル3サポートチーム: ガイダンス文書

チーム全体の責任のこの複雑なスパイダーウェブを、多くの人がXLAおよびXPIをKPIとしてのみ参照します。これはしばしば新しいメトリックで定義されたサービスの価値に関するコミットメントを求める企業の目的と矛盾します。これを解決するには、アルゴリズムとデータ要素をサービスに合わせる必要があります。また、1つのサービスに完全に対応しておらず、1つのサードパーティがコミットできないXPIを作成することも価値がありますが、全体的なユーザーの結果をより効果的に測定できます。

企業は、XLAとXPIを使用して、複数のチームが関与する可能性のあるエンドツーエンドの体験全体で継続的な改善を行う方法を明確に定義する必要があります。

デジタル・ワークプレイスの ユーザー体験の重点分野

デジタル・ワークプレイス全体でユーザーの成果を測定する最適な体験を特定する際、分析における、メトリックを分類できる5つの主要な領域を定義しました。エンドツーエンドのユーザー体験を測定するには(XLA)、これらすべての重要な領域を評価することが重要です。

1. 端末。デバイスレベルでのユーザーの生産性への影響
2. 自動化。ユーザーへの影響を軽減または除去し、プロセスをスピードアップできる自動化の質と量
3. セルフサービス。ユーザーにサポートを提供する際のセルフサービス機能の有効性
4. ユーザーの労力。通常、デジタル・ワークプレイスの無形の側面である、ユーザーの操作と解決のしやすさ
5. エージェントのチャネル。ユーザーの視点から従来のエージェントのチャネルを総合的に測定する結果ベースの指標

これらのフォーカスエリア(XPI)からの指標を個別にターゲティングし、従来の指標のいくつかと一緒にレビューすることで、ユーザーの成果とユーザー体験をより包括的に理解、測定、ターゲティングおよび改善することができます。



XLAと体験分析を 成功させるために 必要なテクノロジー

XLAに正確に取り組むには、体験に焦点を合わせたデータを相互分析および調査して、問題の根本原因を特定し、効果的な改善を判断することが重要です。したがって、XLAとXPIの測定に加えて、この体験の分析と調査を可能にする洞察エンジンを使用することが重要です。

体験の種類とタッチポイントはさまざまであるため、この体験に焦点を当てたデータは、多くの場合、複数のツールと形式でキャプチャされます。したがって、体験分析のために収集とコンパイルが必要になります。XLAの測定に必要なデータ入力、構造化、標準化された形式、非構造化、事前定義のないデータモデル、半構造化データソースから取得されます。したがって、ビッグデータ概念に基づいて構築された堅牢なシステムアーキテクチャが必要になります。図3は、XLAと体験の洞察を効果的に実装する前に配置する必要がある従来のシステムのハイレベルなアーキテクチャー・ビューを示しています。

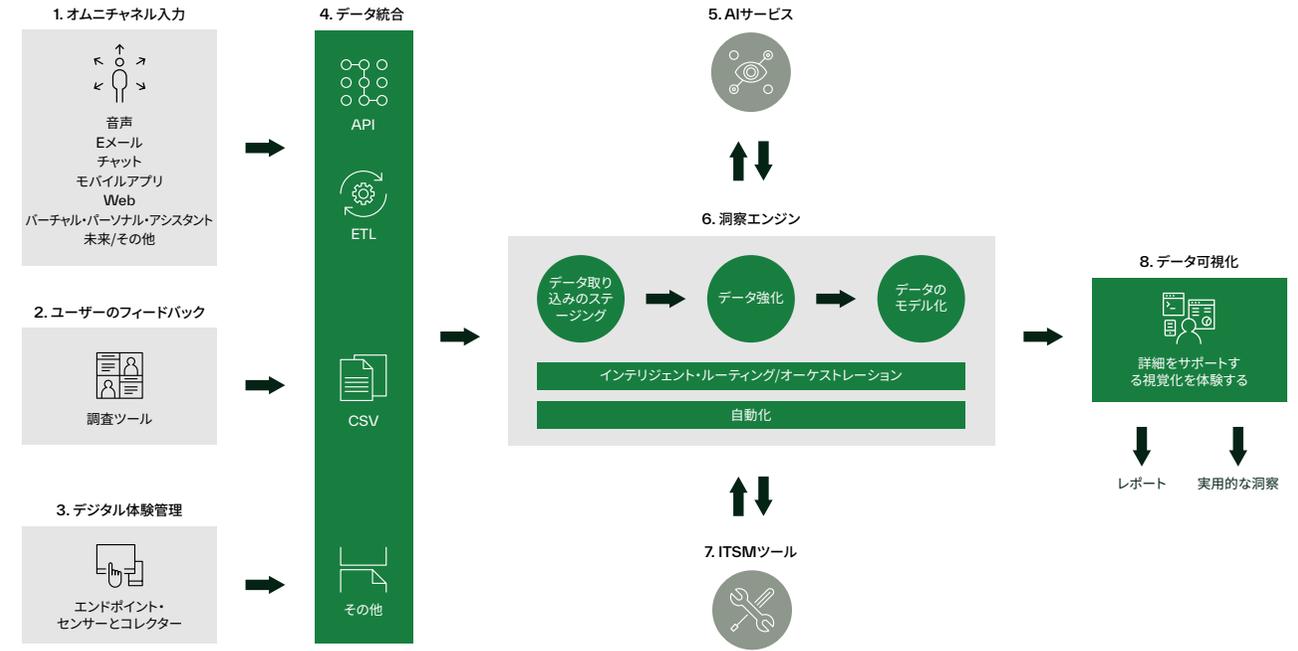


図3. デジタル・ワークプレイスにおけるXLA

XLAと体験分析を 成功させるために 必要なテクノロジー

包括的なXLAレポート・ソリューションと洞察エンジンは、通常、次のようなコンポーネントで構成されます。

オムニチャネル入力

音声、チャット、電子メール、モバイルアプリ、およびWeb全体をさらに分析するために、企業ユーザーの対話の包括的なオムニチャネル・ビューを収集、照合、および保存します。

ユーザーフィードバック

調査やその他のフィードバック・メカニズムを通じて、ワークスペースでの体験に関するユーザーからの直接のフィードバックを照合します。

デジタル体験管理 通常、

ラップトップ、デスクトップ、モバイルデバイスなどの企業ユーザーのさまざまな物理デバイスからの体験を報告します。特定のデバイスの種類に最適化されたエンドポイント・センサーとデータ・コレクターを確立するさまざまなツールが利用可能です。これらのツールは、詳細レベルでデータを収集し、必要に応じてデータを集約し、データをダウンストリームの消費サービスにプッシュします。

データ統合

求められる異なる種類のデータを収集してコンパイルするには、さまざまなデータ統合ツールが必要です。これらは、APIと抽出、変換、および読み込み (ETL) メソッドを使用して、適切なオムニチャネル・ソリューションからの定期的なデータ抽出により構成することができます。データ・スチュワードシップも、個人データを保護し、適切なレベルのデータ・ガバナンスを適用するための重要な側面です。

AIサービス

クラウドベースのリポジトリ内で、各チャネルからのデータが取り込まれ、永続的に保存されます。場合によっては、ソースデータは半構造化または非構造化であり、AIツールを使用した追加のデータ強化の恩恵を受ける可能性があります。たとえば、クラスタリングなどのテキスト分析手法は、非構造化データを分析し、追加の意味をデータから抽出するのに役立ちます。高度なユースケースの場合、エンドポイント・センサーからのテレメトリデータを使用して、異常検出を実行し、予測的洞察を作成できます。選択した価値の高いデータをクラウドデータ・リポジトリから抽出し、AIツールで強化することができます。または、必要なレコードセットを構築するのに、さまざまなデータセットを組み合わせたり、マージする必要があるかもしれません。

洞察エンジン

追加の処理と分析のために、データを抽出してクラウドベースのデータ・リポジトリに保存する必要があります。クラウドベースのリポジトリは、組織のニーズに応じて、非常に高い柔軟性とスケーラビリティを提供します。関連する各ユーザー・データソースからのデータを抽出してステージングする必要があります。

ITSMツール

チケットデータなどの既存のITSMツールからのデータを分析して、ユーザー体験への洞察を提供できます。

データの視覚化

強化されたデータセットを使用して、企業のサービスのエンドツーエンドの体験の視覚化を推進できます。このデータは、分析ダッシュボードから使用でき、他のアクションを実行できます。ダッシュボードは、さまざまなユーザー・ペルソナをサポートして、ユーザーの役割に必要なデータの関連ビューをユーザーに提供する必要があります。ユーザー・データソースとチャネルの相互作用からの詳細なデータは、既存のサービスのパフォーマンスに関する洞察を提供し、場合によっては必要なビジネスプロセスの変更を強調することもできます。

XLAおよびXPIを展開 する際に考慮すべき 重要な要素

経験によって、さまざまなXPIでデジタル・ワークプレイスの主要な体験と結果を測定できます。これらをXLAスコアと組み合わせ、エンドツーエンドのユーザー体験とビジネスの成果の全体像を提供することができます。

次のリストは、XLAとXPIが正常に展開され、期待される価値を提供することを保証するための、企業の主要なイネーブラーの一部を示しています。



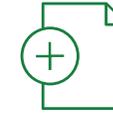
量より品質のXPIに焦点を合わせます。品質XPIは、エンドツーエンドのユーザー体験を測定し、共同ワークショップで現実的に確認できます。改善計画は、影響がどこにあるか、サービスのどのチームが問題を解決する必要のあるかに関係なく、合意することができます。



ガバナンス構造がユーザー体験の向上を考慮に入れていることを確認するには、サービスプロバイダーとクライアント企業が合意された変革の変化に合わせて目標とリソースを調整します。



従来のSLAを、ユーザーの結果をより正確に測定できる新しいXPIに置き換えます。たとえば、ユーザーの労力スコアが良好な場合、応答と呼び出しの放棄率の平均速度を測定してもほとんど価値がなく、コストが増加する可能性があります。



XPIに対する比例的なインセンティブまたはペナルティを含めます。XPIは一部サービスプロバイダーの範囲外に拡大する可能性があります。XPIは一部でサービスの価値を反映します。これは、SLAペナルティ制度の警告を伴う財政的コミットメントで表す必要があります。



比較できないデータ型を単一のスコアに組み合わせて体験（パフォーマンス・インデックス）を定義することは避けてください。XLAが意味を失ったり、1つのデータセットによって歪められたりする可能性があります。たとえば、ユーザーの労力スコアとエンドポイント体験スコアを平均に組み合わせると、根本的な個々の体験への影響の可視性が低下します。

XLAの未来

XLAおよびXPIの将来は現在未定であり、アプローチは近い将来、または中期的に個々の企業に固有になる可能性があります。XLAとXPIがSLAとKPIの標準に準拠している場合、体験と成果に焦点を当てたSLAとKPIが一般的になるため、XLAの用語は重複であると見なされる場合があります。運用モデルがより劇的に変化する場合、XLAとXPIがSLAとKPIを完全に置き換える可能性があります。

XLAとXPIの使用方法を決定する主な要因の1つは、企業がユーザー体験と結果をどれだけうまくビジネスの成果に変換できるかです。たとえば、企業はユーザーの生産性の向上をビジネスの節約と収益に変換したり、もしくは上級レベルのソフトベネフィットの価値を認識したりできるでしょうか？



XLAの未来

図4は、XLAおよびXPIの4つの潜在的な成果を表しています。企業がこの図のどこに位置するかは、デジタル・ワークプレースの成熟度と市場の変化による影響に部分的に基づいています。キンドリルは、パイオニアの категорииの企業数は増加しているものの、多くのお客様が先進的、プログレッシブのcategoryに入ると予想しています。

従来

従来のデジタル・ワークプレースの指標が使用されます。XLAとXPIは含まれていません。企業は引き続き既存のSLAとKPIを使用します。

先進的

XLAとXPIが新しいSLA、KPIになります。従来のSLAは置換されません。企業は社内のターゲットを変更せず、サービスプロバイダーが従来のSLAとKPIに加えてXLAとXPIを提供することを期待します。調達プロセスでは、サービスのコストがXLAやXPIよりも優先される可能性があります。

プログレッシブ

XLAとXPIが新しいSLA、KPIになります。従来のSLAは置換されません。企業は、XLAおよびXPIターゲットを社内チームに割り当てることができます。商用モデルはほとんど変更されませんが、XLAとXPIが含まれ、組織は不要な負担を追加する古いSLAおよびKPIを削除または削減しようとしています。たとえば、ユーザーの労力スコアが良好な場合、回答までの平均速度を測定してもほとんど価値がなく、コストが増加する可能性があります。

パイオニア

商用モデルはXLAとXPIに重点を置きます。多くの従来のSLAは削除されます。企業は、XLAとXPIに基づいて社内チームをターゲットにします。調達の決定は、固定費の削減を目標とするのではなく、XLAとXPIに焦点を合わせます。ターゲットと予算は、ユーザーの成果の向上に基づいており、たとえば、固定のユーザーコストやインシデントチケットの量ではなく、予防的な修正のレベルに基づいた変動料金やインセンティブを含めることができます。これにより、多くの従来のSLAが削除される可能性があります。

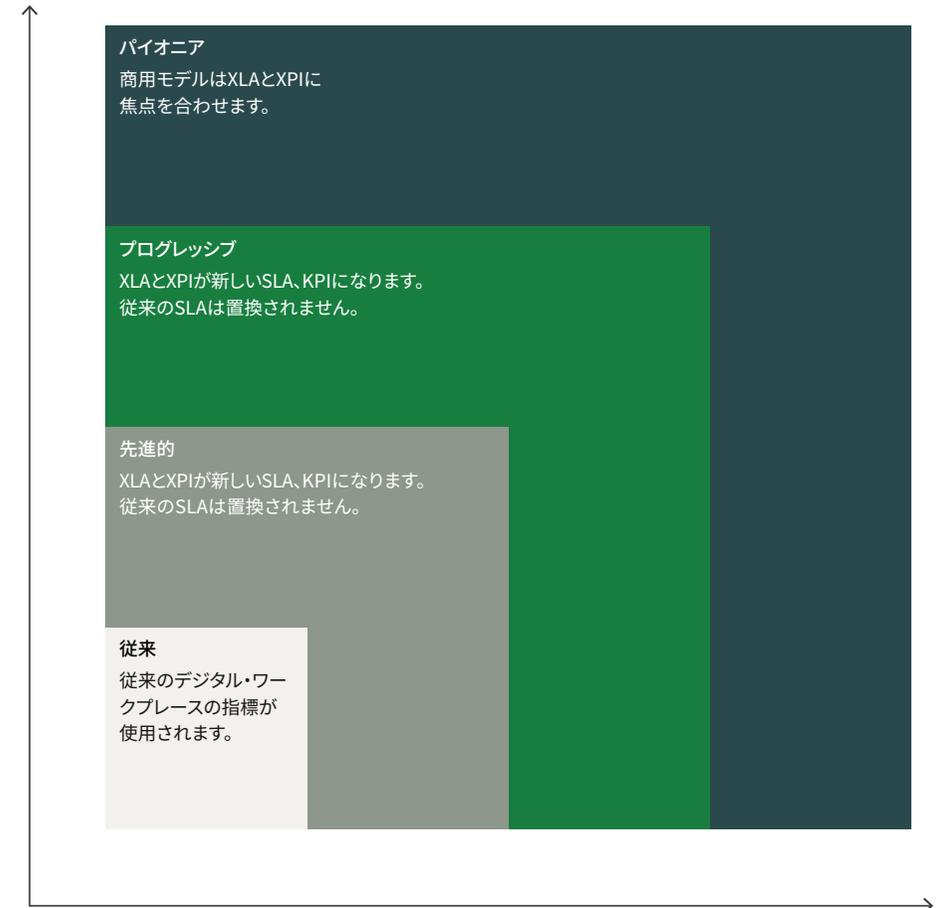


図 4. XLAとXPIの4つの結果

次のステップ

詳細をご覧ください。

キンドリルが組織の変革にどのように役立つかについて詳しくは、キンドリルの担当者にお問い合わせいただくか、kyndryl.comにアクセスしてください。

お気軽にご相談ください →



01 ユーザー体験中心のワークスペース

02 ワークスペースでのユーザー体験の定義

03 新しいワークスペース体験の指標とユーザーにとって複雑な現状のITジャーニーとの結び付き

04 XLAと体験分析を成功させるために必要なテクノロジー

05 XLAおよびXPIを展開する際に考慮すべき重要な要素

06 XLAの未来

次のステップ



© Copyright Kyndryl Inc. 2021

Kyndryl は、米国もしくはその他の国における Kyndryl Inc. の商標または登録商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれ Kyndryl Inc. または他社の商標である場合があります。本資料は発行時点で最新のものであり、キンドリルが随時予告なしに変更する可能性があります。キンドリルが事業展開するすべての国で、全製品もしくはサービスが利用できるわけではありません。キンドリルの製品およびサービスは、提供されている契約書の条件および制約に基づき保証されます。記載されている性能データとお客様事例は、例として示す目的でのみ提供されています。実際の結果は特定の構成や稼働条件によって異なります。キンドリルの製品およびサービスは、提供されている契約書の条件および制約に基づき保証されます。