

真のオムニチャンネル時代、到来か—— 「AI×オペレータ」で創る顧客体験の可能性

5月31日、6月1日の2日間、「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス」が、大阪で開催された。同地で10回目。「『選ばれるサービス』のための選択」をテーマに、最新のソリューションやサービスが多数、展示された。とくに注目を集めたのは、セルフサポートチャンネルのWebと連携したAI(人工知能)活用。チャットボットやFAQシステムなどのデモに多数の来場者が集まった。

コールセンタージャパン編集部とUBMジャパンが主催する「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス 2017 in 大阪」が、5月31日・6月1日、マイドームおおさか(大阪市)で開催された(イーコマースEXPOと共催)。二展合計の来場者数(のべ人数)は、前年比22%増の4676人に達した。

本イベントはここ数年、「5年後のto be——」を総合テーマとして、5年後のカスタマーサービスおよびコンタクトセンターのありべき姿を提示している。今回は

「『選ばれるサービス』のための選択」をサブテーマに据え、展示と講演を実施した。

チャット、AIボット、FAQ デジタルチャンネルで接客

消費者は、インターネットにアクセスさえすれば、企業サイトや価格比較サイト、SNSなどから、膨大な量の情報を得ることができる。比較、検討、購入。消費行動のあらゆるプロセスが、デジタル上で完結し、それは消費者の行動に伴って変化している。いかにして

消費行動に入り込み、商品やサービスをアピールするか。顧客から“選ばれる”には、従来のように問い合わせを「受ける」だけではなく、消費者の情報源であるデジタルチャンネル上で能動的に“接客”することが求められる。

展示会場では、2016年11月に開催した「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス in 東京」に続き、AIチャットボットやチャット対応システム、FAQシステムが多数展示された。

さらに、複数のベンダーから、将来のAI活用を見据えたFAQの運用コンサルティングサービスやチャット対応システムの提案がなされた。

2016年は、AIを活用したチャットボットの導入が相次いだ一方で、成果検証はあまり進んでいない。事例の一部では、AIの“知識”となるナレッジが不十分であることから「解決しない」という従来のWeb-FAQ同様の不満を抱かせた結果を招いているものもある。

図 出展社・団体一覧

アトラス情報サービス	オウケイウェイヴ	日本プラントロニクス
アドバンスト・メディア	OKI	野村総合研究所
アルファコム	OKIソフトウェア	ハンモック
アールスリーインスティテュート	オー・エイ・エス	バーチャレクス・コンサルティング
伊藤忠テクノソリューションズ	協和テクノロジズ	パナソニック インフォメーションシステムズ
SCSK	KDDIエボルバ	日立システムズ
SCSKサービスウェア	サイバーエージェント	ビーウィズ
NEC	ジェネシス・ジャパン	プライシス
NEC ネットズエスアイ	GNオーディオジャパン	ブロードソフトジャパン
NTTコミュニケーションズ	セールスフォース・ドットコム	プラスアルファ・コンサルティング
NTTテクノクロス(旧:NTTアイティ)	ゼンハイザージャパン	ミライト
NTTテクノクロス(旧:NTTソフトウェア)	ソウル情報システム	ユーザーローカル
NTTデータ先端技術	ゾーホージャパン	LINE
NTTネオメイト	テクマトリックス	ラクス
NTTビズリンク	日本アバイア	リンク
AIメッセンジャー	日本オラクル	(50音順)
ASCジャパン	日本コンタクトセンター教育検定協会	49社/団体が出展

事例&ソリューションセミナー

ITで進化するコールセンターの「働き方」

事例&ソリューションセミナーは2日間で22セッションを実施した。SI/ITベンダー、アウトソーサーが最新の導入・活用事例とソリューションを紹介。IT活用によるコンタクトセンターの進化の方向性が語られた。

このうち7セッションのメインテーマはAI活用だった。ユーザーローカル、オウケイウェイヴ、野村総合研究所、テクマトリックスは、チャットボットの活用を訴求。LINE社とKDDIエボルバは、チャットボットとオペレータによるチャット対応とのシームレスな連携によってもたらされるユーザー体験の価値を説明した。セールスフォース・ドットコムは、AIで顧客情報や対応履歴を分析し、次のアクションをオペレータに提示する支援機能の拡充を発表。アドバンスト・メディアは、音声認識との連携による顧客対応の可能性を示した。

TMJ、ビーウィズは、AI活用による自動応答サポートの利用拡大を受け、アウトソーサーの立場から、オペレータ対応の“あるべき姿”を示した。

オムニチャンネルの実現を訴求するセッションも複数あった。

アルファコムは、チャット対応システムと、電話やLINEとの連携によるCX最大化について、事例を交えて解説。Zendeskは、CRMシステムベンダーの立場から電話やチャットとの連携の価値を示した。日本オラクルは、オムニチャンネルの進化形として「オーガニックチャンネル」を提示し、開発を進めていることを説明した。さらに、米オラクル・コーポレーションが、コンタクトセンター音声システム基盤の最適化・連携を実現するものとして、複数のソリューションを紹介した。

ゾーホー・ジャパンとアールスリーインスティテュートは、それぞれ

コールセンターのクラウド化によるBCP対策や働き方改革を強調。リンク(プライシス)は、クラウドCTIの導入実績をもとに、顧客エンゲージメント向上のポイントをまとめた。

このほか、NECは、国内におけるコンタクトセンターの歴史をひも解き、将来のコンタクトセンター像を予測。オー・エイ・エスは、CRMシステムの最新版に拡充したコミュニケーション機能によるES(従業員満足度)向上の手法を提示した。パナソニック インフォメーションシステムズは、フィールドサービスにおけるエンジニアとの情報連携をCRMソリューションで実現した事例を紹介。オウケイウェイヴは、FAQシステムの導入・運用ノウハウをアピールした。プラスアルファ・コンサルティングは最新事例を交え、テキストマイニングによるVOC分析や会話要約の価値を訴えかけた。

展示会では、あらかじめFAQを新鮮な状態にしておくことによってスムーズな導入・稼働を実現し、オペレータの対応履歴もナレッジ化していくことの必要性が訴求された。

サポートに“日常”を取り込む 新たなチャンネルとしてLINEに注目

このほか、CRMシステムは、新たなチャンネルとしてコミュニケーションアプリ「LINE」への対応

をアピールするベンダーが目立っていた。

世代を問わず、日常のコミュニケーション手段として浸透しつつあるLINEを取り込むことの利便性が展示とデモンストレーションによって示された。オペレータ画面に、スマートフォンの画面サイズと同じテキスト入力スペースを表示し、「消費者視点の見やすさ」の重要度を強調するベンダーもあった。

コンファレンスでは、両日にわたり、基調講演や特別セミナー、コールセンタージャパン編集部が主宰する「5年後のコンタクトセンター研究会」の中間活動報告を実施した。

また、5月30日～6月1日の3日間、コンタクトセンターのマネジメント層やSVを対象とした研修プログラム「実践研修講座」を実施した。詳細は、次ページ以降で紹介する。