

アフターコロナに向けて始動！ ニューノーマル時代のCX戦略を描く

7月20日、21日の2日間、「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス2021 in 大阪」が、大阪・天満橋のOMM展示ホールにて開催された。新型コロナウイルス感染症の拡大防止を踏まえ、ソーシャルディスタンスの確保をはじめ、さまざまな施策を講じて実施。例年より規模は縮小したものの、コロナ騒動下での来場者はシステム導入や業務変革への意欲が高く、自社の課題解決に向けた情報収集に余念がなかった。

コールセンタージャパン編集部とインフォーマ マーケッツ 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2021 in 大阪」が、7月20日、21日の2日間、OMM展示ホール（大阪・天満橋）で開催された。大阪市をはじめ大都市圏で新型コロナウイルス感染症拡大の第4波が到来している状況を踏まえ、ソーシャルディスタンスの確保や検温・消毒、換気などの安全対策を実施。一部、オンラインを組み合わせて展示とセミナーを実施した。

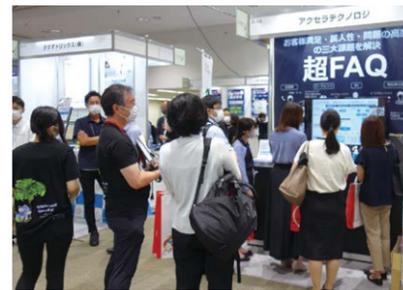
本イベントは『5年後のto be——』を総合テーマに、展示会と講演を通じてカスタマーサービスやコールセンターの将来のあるべき姿の提示を目的としている。



また、今回はサブテーマを『進化する「カスタマーエクスペリエンス」戦略』と置き、パンデミックにより変化した顧客のライフスタイルや消費行動を見据え、新たなCX戦略の必要性が言及された。

クラウドソリューション中心に 29社の製品・サービスが一堂介す

展示会では、共同出展も含め、



29社の製品・サービスが並んだ。長引く新型コロナウイルスのパンデミックを踏まえてか、クラウドソリューションが多数を占めた。プラットフォームでは、拠点分散・サテライト・在宅勤務を実現する統合型ソリューションが展示されたほか、デジタルチャンネルでは有人チャットやチャットボットなど、テキストコミュニケーションを支えるツールやサービスが耳目を集めた。また、今年になって導入が盛んなボイスボットに関する展示もあり、熱心に説明を聞く来場者の姿が見られた。

マネジメントやオペレーションの領域では、音声認識ソリューションが関心を集めた。音声認識は、通話のテキスト化・要約、FAQレ

図 出展社・団体一覧

アクセラテクノロジー	オプテージ	バーチャレクス・コンサルティング
アドバンスト・メディア	クボタ	不二家システムセンター
アトラス情報サービス	Cloopen	プライシス
アルファコム	KDDIウェブコミュニケーションズ	BEDORE
エクレクト	ジーネクスト	三菱電機ITソリューションズ
SCSK	ジェネシスクラウドサービス	ミライト
SCSKサービスウェア	住友電工情報システム	ユーザーローカル
NEC	Zendesk	ラクス
OKI	テクマトリックス	リンク
OKIソフトウェア	Twilio Japan	全29社・団体 50音順

事例&ソリューションセミナー

パンデミック対策からDX推進まで 顧客接点を進化させる16講演を開催

展示会場内では、2日間で全16のセミナーが行われた。新型コロナ禍の渦中にあり、在宅勤務や分散センターを実現するクラウドソリューションに話題が集中。また、オムニチャンネルやエフォートレスを意識したオペレーション基盤、音声認識やVOC分析、ナレッジ活用など、「DX」につながる提案も多数なされた。

プラットフォーム関連では、OKIとOKIソフトウェアが、マルチチャンネル統合されたニューノーマル時代のコンタクトセンターについて解説。リンクは、音声認識を使った対応自動化など、最新技術を備えた次世代センターの姿を描いて見せた。また、ジェネシスクラウドサービスは、在宅・デジタル・AI・自動化などのキーワードとともに、これからのセンターのあり方について言及。さらに、Twilio JapanとKDDIウェブコミュニケーションズは、多様な通信機能をAPI

で接続するクラウドサービス——CPaaSの「Twilio」を使ったコンタクトセンター構築について、デモや事例を交えながら解説した。

コロナ禍以降、チャンネルのデジタルシフトが盛んだ。アルファコムとオプテージは共同で、有人チャットの運用ポイントを事例を交えて紹介。ユーザーローカルは、チャットボットの最前線に触れながら、効果的な活用方法を解説した。BEDOREは、現在、最も注目度の高いボイスボットに焦点を当て、導入時の留意点を説明しながら成功事例を披露した。

CX向上のカギ握る“デジタル進化”

オムニチャンネル統合されたオペレーション基盤で顧客体験(CX)を高める——これからの顧客接点のあり方への提言もあった。セールスフォース・ドットコムは、“クラウド時代のデジタルエンゲージメント”を

コメント、VOC活動、品質管理(モニタリング自動化)など多岐に活用できる。このことから、コンタクトセンター「DX」のカギを握る技術と見る識者もある。また、ナレッジマネジメントも重要なキーワードだ。顧客対応の効率化はもちろん、チャット/ボイスボットの解決率にも影響する。今後は、センターのナレッジ整備が一層重要になると予想されている。

コロナ禍以降、感染防止を目的に、ブースにPCとディスプレイを

並べてオンライン説明を実施する企業が増えている。しかし、来場者の温度感を直に掴みたいという思いは根強いようだ。今回の展示会では、ソーシャルディスタンスを確保しつつも説明員によるリアルな商談に努める姿も目立った。

ソリューション分科会が満席 うかがえるIT導入意欲の高さ

展示会場内では、多くの講演・セミナーも開催された。

基調講演は、両日とも「コロナ

テーマに、顧客中心のセンター改革を提唱。Zendeskも顧客接点のデジタル化でコンタクトセンターの顧客体験を進化させる方策を解説した。一方、バーチャレクス・コンサルティングは、パンデミックや採用難などの社会問題・業界課題に触れ、顧客接点を止めない「分散センター」の重要性とその構築方法を説明した。

コンタクトセンターのDX推進への提案もなされた。アドバンスト・メディアは、音声認識と感情解析を活用した新時代のセンターを提示。アクセラテクノロジーは、CX向上と業務効率化を実現する“ナレッジ活用の真髄”について述べた。さらにSCSKは、DXの起点となる「VOC経営」に言及。音声認識から顧客の声の分析・活用までの要諦を解説した。

この他、リンクは、在宅勤務で必要に迫られた「リモート研修」をテーマに、隙間時間を活かすセルフトレーニングの進め方を紹介。また、キャッシュレス決済ビジネスを推進するBPOベンダー向けにセキュリティ・ソリューションを解説した。

ショックの1年を振り返る」をテーマに開催。特別講演は、伝説のセンター長会議、従業員シェアリング、アフターコロナのセンター運営——をテーマに聴講者を集めた。5年後のコンタクトセンター研究会は、ソリューション/サービス分科会が満席となり、来場者のIT導入意欲の高さがうかがえた。このほか、2年ぶりに大阪で実践研修講座が開催された。これらの様子は、64ページから詳しく紹介している。