

メッセンジャー、SNS、WebRTC —— “オムニチャネル時代”の顧客戦略を照らす

5月27日、28日の2日間、大阪で「コールセンター/CRM デモ&コンファレンス」を開催した。同地で8回目となる今回のテーマは、「カスタマーサービスの“進むべき道”」。多様化する顧客ニーズに対し、満足度やロイヤリティを高め、競合との差別化を図るためのソリューションやサービスが多数展示された。メッセンジャーやSNS、WebRTCといった、新しいチャネルや技術を取り入れた展示が目立った。

月刊コンピューターテレフォニー編集部と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 2015 in 大阪」を大阪市のマイドームおおさかで開催した。5月27日、28日の2日間(実践研修講座は26日も含めた3日間)で2635人が来場した。

スマートデバイスの普及に端を発し、カスタマーサービスのあり方が変容している。従来の電話やメールに加え、メッセンジャーやチャット、ソーシャルメディアといった新しいチャネルが普及。顧客はそれぞれが置かれている状

況、タイミングによってチャネルを使い分けるようになった。しかも、ひとつの要件を完結させるまでに複数のチャネルをまたぐケースも多い。企業側は複雑化する顧客の行動に対し、ITによる自動化・効率化、情報共有、オペレータによるパーソナライズ対応など、チャネルごとに最適なサポートが求められる。

コンファレンスでは、基調講演や特別講演、コンピューターテレフォニー編集部が主宰する「5年後のコンタクトセンター研究会」の中間活動報告を通して、今後のカ

スタマーサービスが進むべき道が示された。一方、展示会場では、多様化するチャネルと顧客ニーズに応えるための最新ソリューションとサービスが一堂に会した。

LINEサポートに“おもてなし”本質を知ることが必要

基調講演は、初日はLINE上級執行役員法人ビジネス担当の田端信太郎氏が登壇。「LINEが変えるこれからのカスタマーサービス」と題して講演した。いまや電話やメールに代わるコミュニケーション手段としての立ち位置を獲得しつつある「LINE」。エイチ・アイ・エスや大東建託など、カスタマーサービスに活用する企業も増えている。今後、LINEはカスタマーサービスにおける新チャネルとなり得るのか、可能性と方針を解説した。

2日目は、大人の寺子屋 縁かいな主宰の上田比呂志氏による「三越とディズニーに見る 組織力が創るおもてなし」。“おもてなし対応”に取り組むセンターは増えているが、いまだマニュアル、言葉遣いの評価に終始しているケースは少なくない。同氏の経験をも

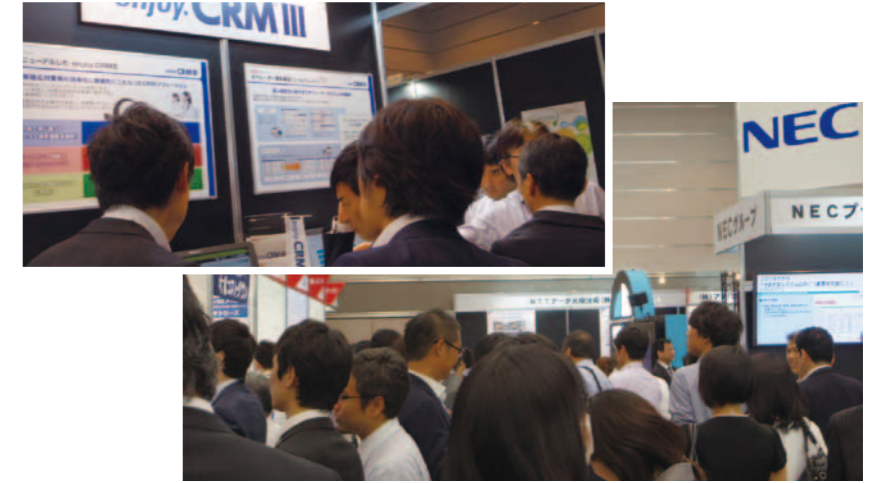
とにした「おもてなしの心を育てる教育術」を解説した。

両講演とも、開場時間前から来場者でにぎわう盛況ぶりを見せた(詳細は78ページ参照)。

特別講演は、コンタクトセンターにおいて早急な取り組みが必要とされるテーマで、両日とも1講演ずつ行われた。27日は、「『ストレスチェック義務化法』への対応とESマネジメント」。2015年12月に施行予定の「ストレスチェック義務化法」について、ベネフィットワン・ヘルスケアの河原章氏が、法制化の要点と対策を解説した。

28日は「『問い合わせ窓口格付け調査』に見る顧客接点の現状と課題」について、HDI-Japan代表の山下辰巳氏が語った。同調査において最高評価である「3ツ星」を獲得した顧客接点に見られる特徴を整理していった(詳細は80ページ参照)。

昨年11月の東京・池袋イベントに続き、「5年後のコンタクトセンター研究会中間報告」が開催された。同研究会は、マネジメント、ソリューション/サービス、カスタマーエクスペリエンスの3分科会と、情報処理学会コンタクトセンターフォーラムの経営貢献に関する研究会で構成され、各十数名のメンバーが「コンタクトセンターの5年後のあり方」について、分科会テーマに沿って重ねた議論の中間報告が行われた。



各報告会は分科会リーダーまたはゲストによる講演と、分科会メンバーによるパネルディスカッションの二部制で進められた。普段であれば競合にもなり得る企業同士が壁を越え、熱い議論を交わした(詳細は82ページ参照)。

普及進むデジタル・チャネル 61社の製品・サービスが集結

展示会場では、共同出展も含め61社の製品とサービスが並んだ(図1)。ハード/ソフトウェアベンダーを中心に、SI、テレマーケティング・エージェンシーなどが出展。ブースの担当者の多くが、「昨年に比べ、足を止めて熱心に説明を聴く来場者が増えた」と言うように、多くのブースがにぎわいをかせていた。

図2、図3で示す通り、展示製品/サービスは、コンタクトセンタープラットフォームとCRM実践ツールで半数以上を占めた。

消費者のコミュニケーションツールが携帯電話からスマートフォンやタブレットにシフトしていることを背景に、TwitterやFacebookなどのソーシャルメディアやLINEをはじめとしたメッセージングアプリといったデジタル・チャネル対応が進んでいる。従来の電話、メールも含めたすべてのチャネルにおける顧客情報の統合管理ができるプラットフォーム、統合分析が可能な分析ツールが多数並んだ。

昨年11月に実施した東京・池袋の同イベントで関心の高かった音声認識を含む音声ソリューションは引き続き多数出展され、存在感を示した。

音声入力インタフェースやVOC分析を支援する製品は10社が展示。ボイスロガーと連携して、リアルタイムで通話音声进行分析し、予め設定されたキーワードと声

図1 出展社一覧

アイ・エヌ・ジー・ドットコム	NITマーケティングアクト	日本アハイア
アイトム・ホールディングス	MITシステム研究所	日本オラクル
アドバンスト・メディア	IG CNS	日本コンタクトセンター教育検定協会
アニモ	オー・エイ・エス	日本プラントロニクス
アルファコム	オーリック・システムズ	neix
インターコム	オウケイウエイヴ	野村総合研究所
インタラクティブ・インテリジェンス	OKI	パナソニック インフォメーションシステムズ
イントゥリード	OKIソフトウェア	パルス&デンベルス
ASCジャパン	協和テクノロジー	ハンモック
エクスパダイト	KDDIエボルバ	BCC
エス・アンド・アイ	サイバーコム	日立システムズ
SCSK	三信電気	不二家システムセンター
SBクリエイティブ	CSKサービスウェア	フュージョン・コミュニケーションズ
エディックワークス	GNネットコムジャパン	ペリントシステムズジャパン
NEC	ジーネクスト	ペルーナ
NECプラットフォームズ	ジェネシス・ジャパン	VOISTORE
NITアイティ	シスコシステムズ	三菱電機インフォメーションシステムズ
NITコミュニケーションズ	セールスフォース・ドットコム	ミライト
NITソフトウェア	ゼンハイザージャパン	リンク
NITデータ先端技術	テクノデータサイエンス・マーケティング	
NITネオメイト	テクマトリクス	

(50音順)

図2 出展製品・サービスの 카테고리分類

プラットフォーム	コンタクトセンタープラットフォーム、交換機/通信サーバー、ボード(回線・音声処理)、CTIミドルウェア、FAXシステム、アウトバウンド、ユニファイドコミュニケーション、IPテレフォニー
音声ソリューション	IVR、音声認識・音声合成
CRM実践ツール	CRMパッケージ、顧客管理パッケージ、ヘルプデスク、Eメール処理システム、Webコラボレーション、FAQシステム、分析ツール(テキスト/データマイニング、BIなど)、SFA、モバイルソリューション、ソーシャルメディア対応、ナレッジマネジメント(情報共有)
マネジメントツール	ボイスロガー、WFM ツール、エージェント管理ツール、eラーニング
その他	ヘッドセット、セキュリティ、ファシリティ、人材系(教育・トレーニング、HRMなど)、テレマ/アウトソーシングサービス、ロケーション/企業誘致

のテンション(冷静、興奮など)を数値化する製品もデモンストレーションで多数の来場者を集めた。Webセルフサービスにおける自己解決率向上にひと役買ひそうな「バーチャルオペレータ」は導入事例が登場、紹介するブースもあった。

そのほか、ボイスロガーやWFM(Workforce Management)などのマネジメントツール、ヘッドセットやテレマーケティング/アウトソーシングサービスも展示された。

テレマーケティング/アウトソーシングサービスについては、従来

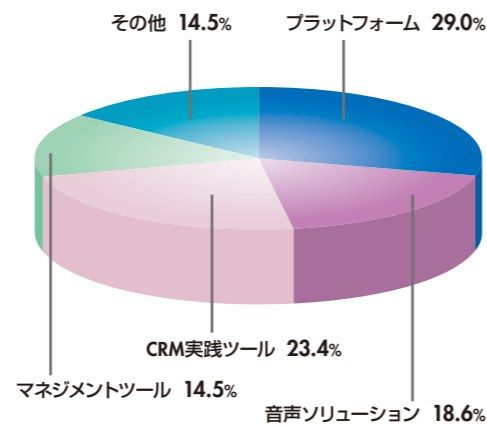
のサービスに加えて、SMSを活用したアウトバウンド業務支援サービスも登場。コール集中時にモバイル用の問い合わせページのURLを送信し、機会損失の防止やサービス品質の向上に寄与するサービスに注目が集まっていた。

クラウド化じわり 事例ベースの展示増加

ここ数年、多数を占めたクラウド(SaaS/ASP)ソリューションは、今年も22社が出展、全体の3割がラインナップしていた。全体的に、事例ベースの展示が相次いだ。と

くに、情報セキュリティの観点から、やや足踏み感があった顧客管理を始めとしたクラウドCRMアプリケーションの導入がここにきて進み始めたことは大きなトピックと言える。

図3 出展製品・サービスの 카테고리別割合



2020年の東京オリンピック需要を見据えた「多言語コンタクトセンターサービス」も数社が目玉に据えていた。英語・中国語・韓国語のほかに、タイ語に対応するなど、主要言語以外もサポートするソリューションサービスを提案した。国内の日本語学校との提携により、サービス領域を拡大していく方針という。

また、新たな技術として、ブラウザ間でリアルタイムに音声や映像データを送受信できる「WebRTC」を活用するための開発プラットフォームあるいはサービスを3社が展示した。

展示会場内では出展各社による「事例&ソリューションセミナー」(詳細は77ページ参照)、「ワークショップ」「BPOセミナー」を開催した。自社ソリューションの特徴や事例をスライドで紹介するなど、デモンストレーションを通じて訴求した。

事例&ソリューションセミナー

機運高まるチャンネル統合とVOC活用 事例に学ぶ最新ソリューション動向

展示会場内では7社のITベンダーによる「事例&ソリューションセミナー」が開催された。各社とも、自社ソリューションを活用した事例を紹介。コンタクトチャンネルと顧客ニーズの多様化を踏まえ、「良質な顧客体験を提供する仕組みづくり」のヒントを提示した。

27日最初の講演は、ジェネシス・ジャパンによる「デジタル・チャンネルとコンタクトセンターの統合による新しい顧客サービスの提供」。「チャットやモバイル、ソーシャルメディアといったデジタル・チャンネルへのシフトが急激に進んでいる」としたうえで、今後のカスタマーサポートは、1つのコンタクトセンタープラットフォーム上であらゆるチャンネルを統合し、一貫した顧客サービスを提供することが重要と説明。同社のプラットフォーム活用のポイントを紹介した。

続いて、プラスアルファ・コンサルティングが「VOC分析 全社共有を成功させるVOC活用セミナー」と題して登壇した。「日々のクレームを処理するだけ」のコストセンターから脱し、企業の経営に貢献できるセンター

へと進化するために、VOCの分析・活用の機運が高まっていると指摘し、先進企業の取り組みおよび事例から、VOCの分析と活用手法のトレンドを考察した。

セールスフォース・ドットコムは「3年後のコンタクトセンターの目指すべき姿とは?」をテーマに講演した。近年のカスタマーサポートは、コンタクトセンター内で収束せず、マーケティングや営業などの他部門と連携して対応するケースが生じていると説明。その解決策として、同社が提供するクラウドソリューションの事例を紹介した。

27日最後は、NTTデータ先端技術による「先進企業に学ぶ受注センター事例」。Amazonの即日配達を例にとり、BtoCにおける納期の短縮傾向を強調した。「BtoBにおいても受注業務

の迅速な対応は、顧客満足度の向上を図るうえで重要」と指摘し、EDI/Web受注に比べて時間がかかると言われるFAX受注の即日出荷を実現した事例を解説した。

28日は、セールスフォース・ドットコムが「オムニチャンネル時代を勝ち抜く! コンタクトセンター最新アーキテクチャ クラウド編」と題して講演した。オンプレミスと比較しながら、クラウド導入における設計・運用のポイントを紹介。さらに、今後は家電などのさまざまな製品が通信機能を備え、新たな顧客接点となりうるIoT(Internet of Things)時代に突入することを示唆した。

続いて、リンクは「クラウド型CTIで実現する新しいコンタクトセンター事例」を紹介した。インターネット回線があれば構築できるクラウドのメリットを活かした多拠点センターや海外センターなどの導入事例をもとに、クラウドCTIの活用のポイントを解説した。オンプレミスと比べ柔軟な設計が容易であるため、多拠点センターや海外センター(オフショアリング)などの事例が増えていることも紹介した。

NTTソフトウェアは、「経営に貢献するコンタクトセンターマネジメント」と題して講演した。大手金融業のWFM導入事例を例にとり、限られたリソースのなかで要員コストと顧客満足度のバランスを最適化するセンターマネジメントのヒントを提示した。

最後は、オウケイウェイヴによる「より良い顧客体験を目指す先進的な企業のサポートサイトの取り組み事例から学ぶ」。カスタマーエクスペリエンス向上を目的に、FAQをはじめとするサポートサイトのコンテンツ改善に取り組み先進事例を紹介。改善手法とそのポイントを解説した。

図 各セミナーのテーマと講演企業

5月27日(水)	
デジタル・チャンネルとコンタクトセンターの統合による新しい顧客サービスの提供	ジェネシス・ジャパン
[VOC分析~全社共有を成功させる、VOC活用セミナー] 成功事例にみる、顧客の声活用の最新動向 2015年	プラスアルファ・コンサルティング
3年後のコンタクトセンターの目指すべき姿とは? ~戦略的クラウドコンタクトセンターのススメ~	セールスフォース・ドットコム
[先進企業に学ぶ受注センター事例]~ペーパーレスで17時受付、即日出荷を実現~	NTTデータ先端技術
5月28日(木)	
オムニチャンネル時代を勝ち抜く! コンタクトセンター最新アーキテクチャ クラウド編	セールスフォース・ドットコム
クラウド型CTIで実現する新しいコンタクトセンター事例	リンク
経営に貢献するコンタクトセンターマネジメント ~大手金融会社のWFMシステム導入事例~	NTTソフトウェア
より良い顧客体験を目指す先進的な企業のサポートサイトの取り組み事例から学ぶ	オウケイウェイヴ

