

「音声認識」「チャット／ボイスボット」ユーザー事例パネルディスカッションを開催

コールセンタージャパンの定期コーナー「ITの選び方&使い方」をセミナー化したパネルディスカッションを開催。音声認識ソリューション、チャット／ボイスボットのそれぞれユーザー企業2社が登壇。ソリューションの具体的な活用方法と、成果創出のために行った創意工夫を発表した。

EX向上からCX多様化まで4社に学ぶIT活用術

音声認識ソリューションについては、VOC活用や品質向上などに取り組むユニテッドアローズの林 草太氏、SBI証券の河田裕司氏がパネリストとして登壇。ホライゾンBPCの堀 雄一氏がモデレータを務めた。

ユニテッドアローズでは、導入の容易さと操作性を評価し、音声認識ソリューション「PKSHA Speech Insight」を導入。応対品質の評価や要約機能を活用し



左から、ユニテッドアローズの林 草太氏、SBI証券の河田裕司氏、ホライゾンBPCの堀 雄一氏

たVOC分析を行っている。SBI証券は、アドバンスド・メディアの音声認識ソリューション「AmiVoice」をベースに、二重敬語や不適切な言葉遣いをリアルタイムで指摘する機能や、顧客からの「ありがとう」「サンキュー」などのフレーズをポップアップ表示する機能を実装している。

堀氏は、「コンタクトセンターでの音声認識の活用は、業務負荷の軽減や新人オペレータの教育期間の短縮などにも有効。オペレータ・SVが安心してお客様対応に取り組める環境にも役立ちます」と強調した。

チャット／ボイスボットについ

ては、auじぶん銀行の堀野和明氏とNTTドコモ / AI Boosterの小栗 伸氏がパネリストとして登壇。モデレータは、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏が務めた。

堀野氏は、チャットボット導入の経緯について、「顧客の問い合わせ手段の多様化が一気に加速。要件・状況に合わせたタッチポイントの最適化とバリューの最大化が課題になりました」と説明。

小栗氏は、2021年、全国約2310店舗を展開するドコモショップへの来店予約をボイスボットで自動化した事例を紹介した。①顧客評価、②会話の完結率、③入電数の3つの指標を意識してボイスボットを構築し、年間約700万件ある予約電話の自動化を実現した。

両社の発表を聞いたうえで、秋山氏は「電話のみ、チャットのみなど1つのチャンネルにこだわらないこと、KPIが重要だということ」を改めて実感しました」と述べた。



左から、auじぶん銀行の堀野和明氏、NTTドコモ / AI Boosterの小栗 伸氏、CXMコンサルティングの秋山紀郎氏