



2014年7月2日【日本語訳】

IBM Watson とジェネシス社が提携、 より高度なカスタマーエクスペリエンスを提供

～コグニティブラーニングとカスタマーエクスペリエンスをリードする両社が
消費者と企業間のインタラクションを変革～

米ニューヨーク州アーモンク＆カリフォルニア州デイリーシティー - 2014年6月11日 - IBM (NYSE: IBM) とカスタマーエクスペリエンスおよびコンタクトセンターソリューションのリーディングプロバイダーであるジェネシス社 (Genesys Telecommunications Laboratories, Inc.) は本日、カスタマーエクスペリエンスの分野で提携することを発表しました。この提携により、今後、あらゆる規模の企業は、IBM Watsonのパワーを活用してカスタマーエクスペリエンスを差別化できるようになります。具体的には、顧客サービス、マーケティング、および営業の各部門が、データと自動化アクションを駆使し、従来とは異なる手法で顧客を企業へと導きます。

提携内容には、IBM Watsonの「Watson Engagement Advisor」とジェネシス社の「[カスタマーエクスペリエンス・プラットフォーム](#)」を組み合わせた学習システムを共同開発することが含まれます。この共同ソリューションにより、世界中の企業は、カスタマーエクスペリエンスの各接点およびコミュニケーションチャネルにおいて顧客エンゲージメントの手法を変革し、セルフサービスアプリケーションやコンタクトセンターでの消費者への対応を改善できます。Watsonに対応した自然言語ソリューションでは、迅速かつ容易に市場や組織のデータを学習し、適応し理解することが可能になり、使用、結果の確認、新情報の収集を繰り返しながら徐々に知識を構築していきます。

IBM Watsonとジェネシス社のソリューションにより、企業の顧客サービスエージェントは、消費者にデータ主導型の回答を迅速に提供し、またモバイル機器、チャットセッション、またはオンラインインタラクションを通して消費者に直接対応することが可能になります。1回クリックするだけで、このソリューションの「Ask Watson」機能が顧客の質問に対処し、購買の意志決定に導くフィードバックを提供し、また顧客が抱えている問題を解決できるように支援してくれます。

ジェネシス社の顧客は、クラウドベースのWatsonアドバイザーから付加価値を得ることができます。このWatsonアドバイザーは、自ら考え、学習して専門的な情報を提供する一方で、顧客や顧客に対応するコンタクトセンターのエージェントに代わって数百万ページものデータを数秒で検索します。その結果、ジェネシス社の顧客は、Watsonが理解し提供してくれるデータの集合体を活用し、そこから得られた知識を活かして、セルフサービスアプリケーションやコンタクトセンターでの顧客の問い合わせに対してより実用的かつ満足度の高い回答を提供できます。

ジェネシス社は、銀行、保険、小売業などの業界にわたる経験や深い専門知識を活用し、クラウドベースのWatsonへのアクセスを受賞歴のある「カスタマーエクスペリエンス・プラットフォーム」に統合し、顧客がWatsonの卓越した理解力と自然言語によるインテリジェントな応答を活用した自然なダイアログにより消費者とやりとりできるようになります。また消費者も、Watsonを活用することにより、ナレッジ管理ソリューションよりもはるかに迅速に回答を得られるようになります。

ジェネシスのポール・セグレ社長兼CEOは、次のように述べています。

「この複合ソリューションは、高度でありながら管理しやすいナレッジ機能を提供し、セルフサービスシステムやエージェントによる顧客とのインタラクションを、企業への好印象に結びつけます。Watsonを統合した当社の新規ソリューションでは、十分な情報に基づいてセルフサービスからエージェントによる支援に自然に移行でき、革新的なカスタマーエクスペリエンスを提供して、業績を改善することができます」

今日の消費者は、1回のツイートやネットへの投稿、1本の電話、1通のEメールまたは1回のウェブチャットにより問題点の通知や質問を行うことが可能であり、Edison Research社によると、ほぼ半数の消費者が数分以内に企業から回答が得られることを期待しています。消費者からの問い合わせに対応する企業の顧客担当スタッフは、すぐには準備できないことの多い詳細かつ正確な回答を必要とする問題や質問に時間をとられて未処理案件を抱え込むことが多く、その結果、カスタマーエクスペリエンスの一貫性が失われることがあります。

IBM Watsonとジェネシス社による新規ソリューションでは、セルフサービスアプリケーションでの対応をそのまま継続する代わりに、いつカスタマーエクスペリエンス担当者が顧客と直接話すべきか、その切り替えのタイミングを把握できるようになります。たとえば、セルフサービスインタラクションの会話の中で、顧客がそのまま離れてしまうか、またはタイムリーな販売の機会になるかという分岐点にさしかかると、Watsonが事前に定義されたビジネスガイドラインを把握しているため、ソリューションはエージェントとの会話に移行するべきタイミングを通知できます。顧客に対応するエージェントは、コールセンターに勤務する(場合によっては数百人もいる)エージェントの中から、ランダムに選ばれるわけではありません。ソリューションは、エージェントの経験、使用チャネル、ある製品について説明、販売するためのトレーニングの受講状況やさらにはライセンスの有無といった具体的な要因に基づいて、顧客の問い合わせに対応するのに最も適任のエージェントを選び出し、セルフサービスインタラクションで得られた情報とともにその顧客をエージェントにつなぎます。

コンタクトセンターの従業員は、クラウドベースのWatsonアドバイザーにアクセスすることができ、このWatsonアドバイザーは数秒以内に製品ガイドから通話のコピーにわたる、数百万ページものデータ主導型のコンテンツを読み取って情報を発見することができます。その成果が、コグニティブコンピューティングです。コグニティブコンピューティングにより、コンタクトセンターのエージェントの知識が増えるとともに、エージェントは自ら時間を費やして回答を検索する代わりに、タイムリーに情報を発見して問題を解決することができ、新しい機会が促進されるとともにカスタマーエクスペリエンスも向上します。

IBM Watsonグループのシニアバイスプレジデント、マイク・ローディン(Mike Rhodin)氏は、次のように述べています。

「ジェネシス社は、IBM Watsonのコグニティブインテリジェンスを活用することにより、顧客とのあらゆるインタラクションにパーソナライズされた支援を提供していきます。顧客エンゲージメントは、まさにWatsonに適した分野であり、Watsonによりもたらされた情報により企業のブランド力を高めます。これは、コグニティブコンピューティング・アプリケーションの新時代の到来により業界や専門職のあり方が転換され、意志決定の手法も大きく変わることを示す重要な例です」



高度な情報通信機能を手にした消費者を社内の最適な専門家につなぐ

ジェネシス社とWatsonグループは、革新技術を組み合わせることにより、エージェントと顧客間のエクスペリエンスをどのように変革するのでしょうか。ご自分が銀行の顧客で、仕事から帰宅し、夜遅く、子どもたちが寝静まつてから住宅ローンについて調べているところを想像してください。希望する特徴や金額の住宅ローンが目に入るかもしれません、詳細について専門家のアドバイスが必要な状況になります。その企業に電話をかけたり、Eメールやツイートを送信したりする方法はありますが、営業時間外なので翌日にならないと顧客サービスのエージェントと連絡が取れません。

では、次のような体験を心に描いてみてください。あなたは夜間いつでも、Webチャットアドバイザーにアクセスできます。Webチャットアドバイザーは、銀行の住宅ローン関連のデータ主導型コンテンツにアクセスでき、自然言語インターフェイスにより、あなたの質問や銀行との過去のインタラクションを理解します。アプリケーションは、住宅ローン購入に関するあらゆる情報をあなたに教えてくれるだけでなく、自分の都合のよい時間を予約して住宅ローンの専門家から正式にオファーが受けられるように手配することもできます。

ジェネシス社の顧客は、Watsonのエコシステムに参加することによって、クラウドベースのアドバイザーにアクセスできるようになります。アドバイザーは、数秒以内に、製品ガイドから通話のコピーにわたるまで数百万ページのデータ主導型のコンテンツを読み込んで情報を発見し、優れたカスタマーエクスペリエンスをもたらします。その成果が、コグニティブコンピューティングなのです。コグニティブコンピューティングによって、エージェントの知識が増え、回答の検索に使用していた帯域幅を解放できます。そして、エージェントはどうしたらさらに顧客の役に立てるか、または成約に結びつけることができるかを独自に考えられるようになります。その結果、ジェネシスの顧客は、カスタマーエクスペリエンスの向上にコンタクトセンターは重要であると考える8割近い消費者(IQPCの調査による)に対して、企業の約束を果たすことができるようになります。

IBM Watson: コンピューティングの新時代を開拓

米国のテレビクイズ番組「ジェパディ!」(Jeopardy!)で勝利してから3年、IBM Watsonはさらに進化して、コンピューティングの新時代を代表するコンピューターとなりました。フロスト＆サリバン社から「2013年北米新製品技術革新賞」を授与され、ガートナー社からは「2014年戦略的テクノロジトレンドのトップ10」に選ばされました。ガートナー社は、2017年までにコンピューターの1割がWatsonのような学習能力を持つようになると予測しています。

現在、もはやWatsonは単なる世界で最も有名なゲームをするコンピューターではありません。IBMは、Watsonをさまざまな業界で活用しています。医療分野では、メモリアルスローンケタリングがんセンターとアプリケーションの共同開発を進めており、またWellPoint、テキサス州立大学MDアンダーソンがんセンター、およびクリー企業クリニックラーー医科大学と提携を結んでいます。さらに、IBMは米国各地の多数の大学と提携し、次世代の労働力となる人材にWatsonの機能やコグニティブコンピューティングのテクノロジについて教えています。IBMは、2013年に「Watson Engagement Advisor」の導入を発表しました。これは、カスタマーエクスペリエンスの向上を目的とした最初のWatson関連の提供サービスであり、これによってWatsonのパワーを誰もが享受できるようになります。

Watsonのパワーを駆使した新世代のアプリケーションを誕生させるというIBMの使命は、顧客やパートナーの成功を支援するコグニティブシステム関連製品の開発におけるもっとも新しいマイルストーンに過ぎません。

IBM Watsonの詳細: <http://www.ibmwatson.com>

Watson関連ソーシャルディスカッション用ハッシュタグ: #ibmwatson

WatsonのFacebookページ: www.facebook.com/ibmwatson

WatsonのYouTubeのチャンネル: <http://bit.ly/1IkjTpq>

写真やスクリーンショット掲載Flickr画像ギャラリー: <http://bit.ly/1ouxDrD>

ジェネシスについて

ジェネシスは、クラウド型およびオンプレミス型のマルチチャネル顧客体験(CX)およびコンタクトセンターソリューションのマーケットリーダーです。あらゆる規模の企業が優れた顧客体験を提供し、事業を成功に導けるよう支援しています。Genesys のカスタマーエクスペリエンス・プラットフォームは、すべてのタッチポイント、チャネル、インターラクションにおいて最適なカスタマージャーニーを一貫して提供できるようにし、顧客を企業の支持者へと変えていきます。ジェネシスは、世界 80 か国にわたる 4,500 社以上のユーザー企業から信頼をいただいており、毎日 1 億件以上のデジタルおよび音声によるインターラクションを処理しています。

<http://www.genesys.com/jp>

<本リリースに関する報道関係からのお問い合わせは下記にお願いいたします>

ジェネシス・ジャパン株式会社 マーケティング本部

齊藤 哲也

Tel: 03-6361-8960 Fax: 03-6327-7955

Email: tetsuya.saito@genesys.com