

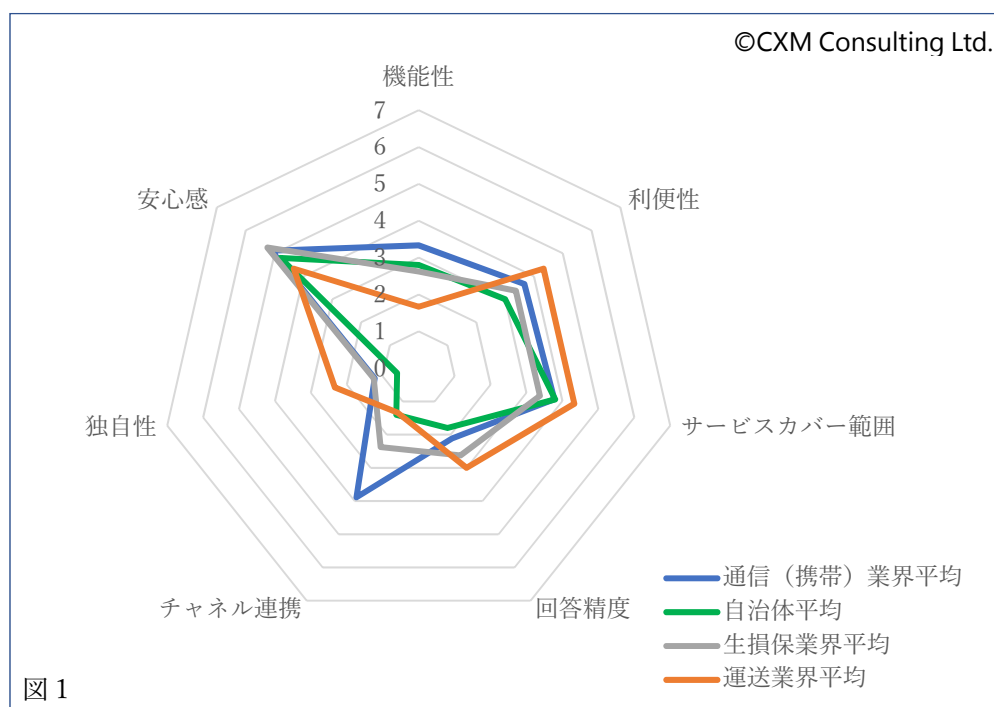
チャットボットの評価結果を発表

CXM コンサルティング株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：秋山 紀郎、以下「CXM」）は、チャットボットを導入している企業を対象に、7つの指標でチャットボットを評価し、その結果を発表しました。

独自性と回答精度に難あり

Webサイト或いはLINEを活用したチャットボットを採用している企業や団体を対象に、7つの独自指標に基づいて、チャットボットを調査しました。

調査結果（図1参照）によると、業界問わず独自性と回答精度に改善の余地が見られました。独自性とは、導入済みの他社と比較して、競争優位性や先進性を備えた取り組みをしているかを評価した指標ですが、各社が横並びの機能提供となっていることが原因です。自社の顧客が期待することに適合したチャットボットのサービス提供が望まれます。また、回答精度については、業界別に想定した質問や言い換えの表現に対して、適切に回答できたかを評価したものです。サービスカバー範囲が広すぎると、質問の意図を適切に理解するチャットボットの構築が難しくなるため、回答精度が悪くなる傾向がありました。ナレッジのメンテナンスを適切に行っていない場合も回答精度が悪くなります。

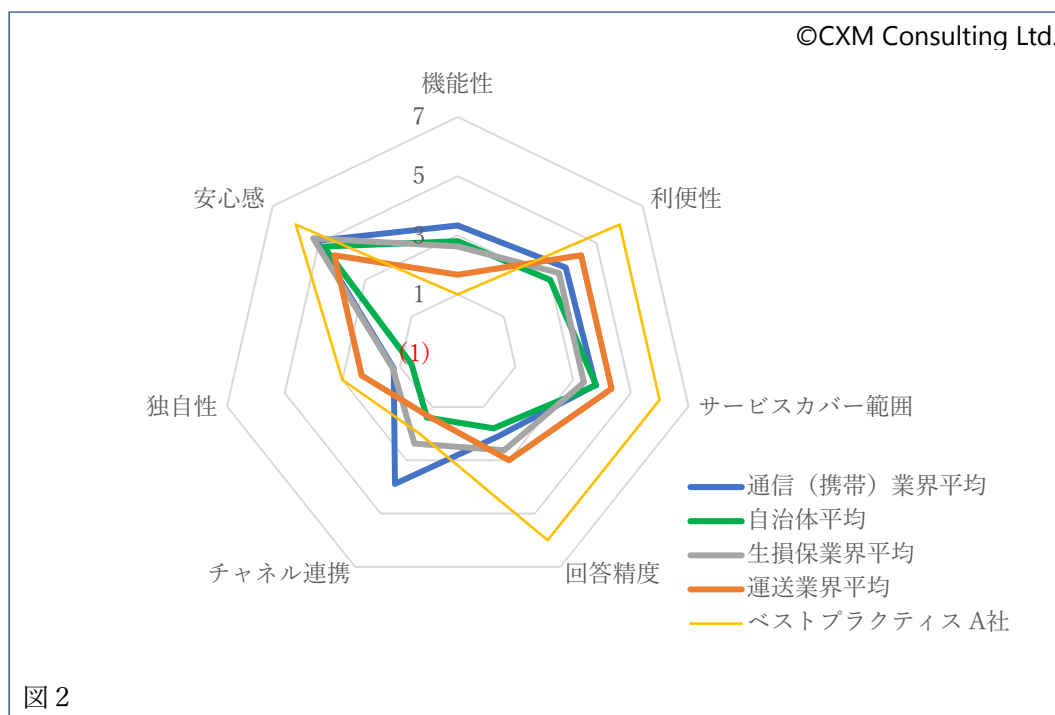


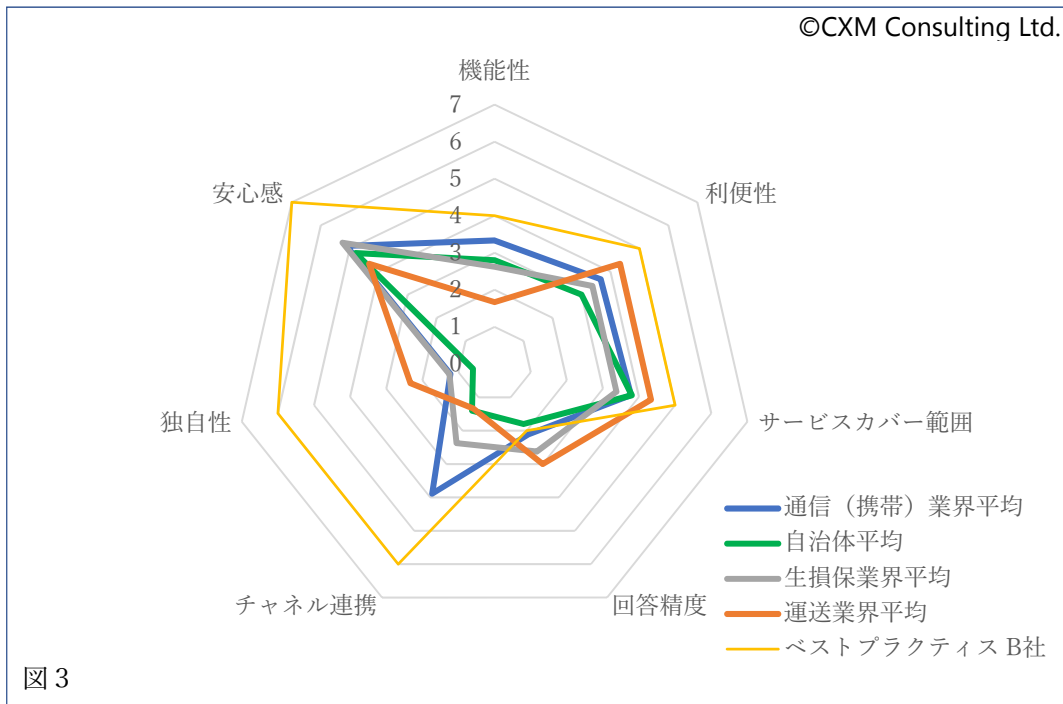
業界別に見ると、通信（携帯）業界のチャットボットが、コンタクトセンターや店舗など他のチャネルとの連携を強化していることが分かります。また、運送業界は、サービス範囲を絞ることにより、提供機能が少なくとも利便性や回答精度の評価が高くなっています。

ベストプラクティスとは

同じ業界内でも、それぞれのチャットボットの評価結果には、大きな差がありました。ベストプラクティス A 社（図2参照）は、提供するサービス範囲を絞ることで、高い利便性と回答精度を実現したケースであり、利用者にとっても安心感があります。このようなサービスの範囲を絞った専門チャットボットを増やし、顧客に高い便益を提供できるようになることが期待されます。

ベストプラクティス B 社（図3参照）の場合は、既契約者向けの専用メニューやチャットボットが理解した内容を表示するなど、顧客にとって分かりやすく、安心して利用できる環境を提供しています。また、チャットボットがカバーできない部分を想定して、有人チャットとの連携を組み入れています。必要であれば、顧客が有人サポートを選択でき、それまでの対話履歴が有人チャットや電話にも引き継がれます。このように、チャットボットのナレッジメンテナンスに加えて、チャットボットが回答できなかった場合の代替手段を提供することはとても重要です。





チャットボットの採用にあたっては、電話業務をチャットボットに振り向けるということだけでなく、顧客の立場でコンタクトシナリオを描き、チャットボットが得意とする範囲を見極めた上で、有人チャットや電話など他のチャネルとの連携を想定した態勢を組むことが重要と言えます。

尚、CXM では、チャットボットを導入済みの企業に対して、評価診断を無料で行うキャンペーンを実施しています。また、チャットボットの導入を検討している企業に対しては、成功事例をベースに培われた導入支援コンサルティングを提供しています。詳しくは、弊社までお問い合わせ下さい。

調査時期：2019年6月
 調査対象：チャットボット導入済みの25社
 調査方法：7つの評価軸と基準に沿って各チャットボットを調査

CXM コンサルティングについて

コンタクトセンターや営業改革など100件以上のCRMプロジェクト実績をもとに培われたノウハウをもとに、顧客戦略、顧客対応、顧客経験などCustomer Experienceに関するコンサルティングを提供しています。顧客との長期的関係を構築し、顧客のベネフィットと企業のプロフィットを向上させることを目指した経営を支援しています。

<お問い合わせ先> <https://www.cxm.co.jp/>