

NTT DATA

Trusted Global Innovator

×

salesforce

COVID-19が金融業態に突きつける変革
～ お客様コミュニケーションの新常態
～ 変わらなければ、変わらされる

2020年10月27日

株式会社NTTデータ 金融事業推進部
デジタル戦略推進部 山本英生

アジェンダ

1. COVID-19前後で何を変えるか？
2. With COVID-19が金融業界にもたら「しつつ」あるもの
3. 何を変えればいいのか？～カスタマーライフサイクルに照らし合わせて
4. Key Takeaway

**COVID-19が強制的に引き起こした
新たな金融機関像
～COVID-19前後で何を変えるのか？**

金融業界の実情

外部環境の変化に煽りを受け、国内金融機関の純利益は減少傾向。

→ 金融機関における **ビジネスモデルの変革** が必要。

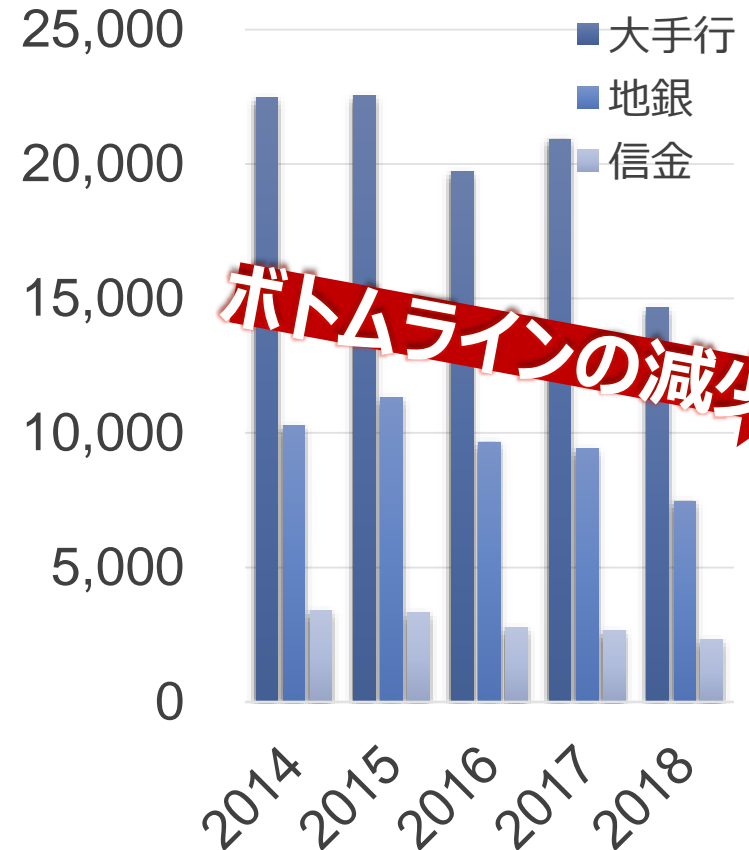
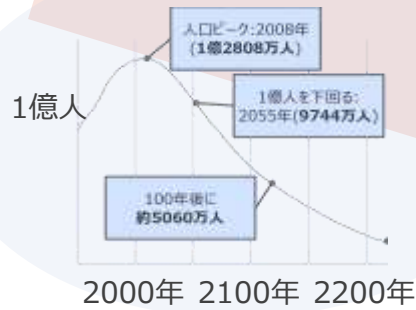
収益環境悪化

- ・マイナス金利
- ・資金需要低下
- ・低金利 etc...

マーケット激化

- ・他事業送金ビジネス
- ・クラウドファンディング
- ・ネット銀行 etc...

国内人口減少



加えて…コロナウイルスによる世界危機

コロナウイルスによる危機は世界全体に広がり、デジタル世界への影響も不可避となっている

マイクロソフト創業者 ビル・ゲイツ氏
「100年に一度のパンデミック」

ドイツ メルケル首相
「第二次世界大戦以来の試練」



資金ニーズの変化

取引先企業の運転資金が逼迫していることを背景に、貸出残高が急増。

→ 貸出ニーズに応える使命を追う一方、貸倒引当金の積み増しが進行。

→ 各行の純利益が前年より大幅減となり、銀行の業績悪化が顕在化。

Projection Only

■ 各行の純利益（2020年4月～6月）

グループ	状況
三菱UFJ FG	前年同期比 53%↓ (1,834億円)
三井住友 FG	前年同期比 60%↓ (860億円)
みずほ HG	前年同期比 25%↓ (1,223億円)

金融機関の取引先の業績変化

外出自粛や休業要請により、大衆の趣向や動向に変化。

→ 融資先及び内容の基準についてタイムリーな見直しが必要。

■ ぐるなびの決算（2020年4～6月）

- ✓ 売上
⇒前年同期比**76.4%**↓
(17億円)
- ✓ 損益
⇒赤字**37億円**↓

■ FX取引額（2020年1月～6月）

- ✓ 店頭FX53社の取引総額
⇒過去最高2015年と比べ**206兆円**↑
(3,231兆円)
- ✓ 「ドル・円」の取引額
⇒2,036兆円で過去最高↑

チャネルの変化

外出抑制で非対面取引が拡大する一方、店舗来客数が減らない事例あり。
→ 対面/非対面の棲み分け、及び対面前提取引のデジタル化が課題。

■ IBの利用者数（2020年3月）

銀行	状況
三菱UFJ	新規 26万9千人
三井住友	前年同月比 35% ↑ (390万人)
みずほ	前年同月比 60% ↑

4月18日付『日本経済新聞』

■ 店舗の利用

一部店舗では来客数が減っておらず、りそな銀行北習志野支店では4月の来店客は前月比**3割 ↑**。



4月28日付『日本経済新聞』

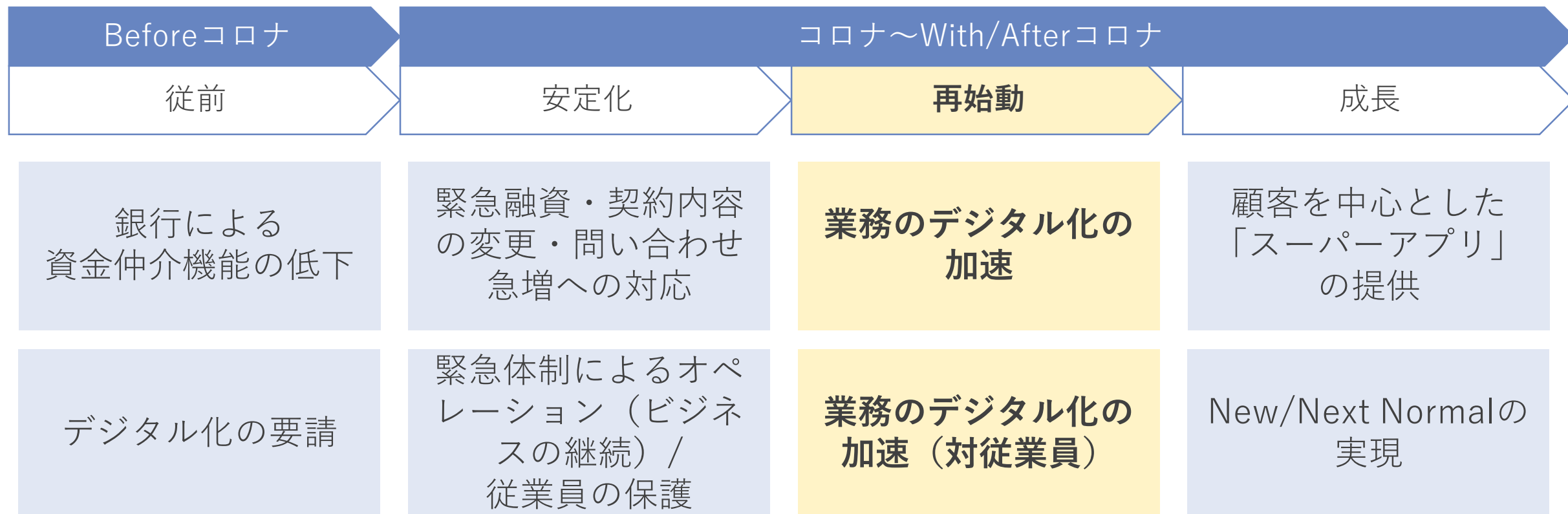
With/Afterコロナにおけるタッチポイントの変化

アメリカの銀行においてもまだ店舗を介さないと完結しないサービスは多い一方で顧客側はもう店舗には戻らないと答えている

Projection Only

COVID-19の金融機関への影響

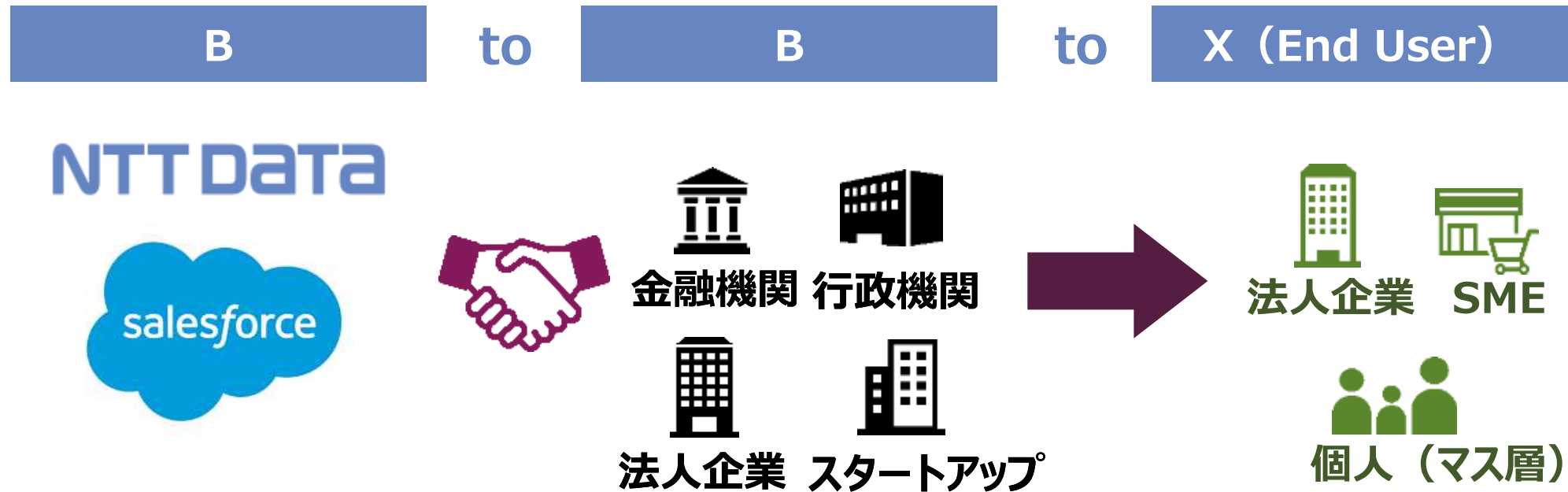
デジタル化の加速を追い風にしつつ、金融業務におけるタッチポイントの見直しや、テレワークへの対応など、組織におけるEXの向上が求められている



新たな金融機関像

「顧客の顧客」をより意識し、ベンダなどとのオープンイノベーションを通じて「B to B to X」のアプローチを実践することで、

金融そのものの以外の新規サービスも創出して提供。



こんな世界がやってくる
～With COVID-19が金融業界に
もたら「しつつ」あるもの

大きな方向性：金融データを利用した社会貢献

金融機関が持つデータを活用し、社会課題解決を目指すアプローチ

BBVAバンクメル

顧客の取引データを利用した社会貢献

Projection Only

分析データ

ハリケーンがメキシコを直撃する直前から1か月後までのPoSやATMの出金データを収集/分析
(経済活動の回復状況を地域・所得・性別などを軸に分析)

分析結果

- 1：女性のほうが2倍以上の金額を出費
- 2：所得が低い方が通常時と同水準に戻るまでの期間が短い

社会貢献に向けた検討

大規模災害発生前後では、
備蓄品等を女性が購入する傾向にあるため
女性向けのマイクロクレジットが必要

大きな方向性：デジタル通貨

コロナ危機が電子決済の普及およびデジタル通貨に関する議論を促進する可能性がある

国際決済銀行（BIS）

「懸念が正当かどうかに関係なく、現金が病原菌を拡散させ得るという認識は、人々や企業の支払い行動を変える可能性がある」



現金主義のタイで
スマホ決済急拡大



ATMからの
引き出し額が急落

コロナが去った後も、
オンライン/モバイル/非接触の
電子決済インフラが支持され、
広がる可能性

大きな方向性：デジタル通貨

こういったデジタル通貨の可能性はあるか？

オープンファイナンス (ビットコインなど)

- 外出禁止令の中、どこからでも利用可能で安全な送金手段として**イタリアのBanca Sella銀行がビットコイン取引サービスを開始**
- イタリア赤十字社がコロナウイルス対策のため、**仮想通貨で寄付を受付**

政府主導 (CBDC)

- 前頁のBISはじめ、**パンデミックが中銀デジタル通貨の検討を加速させる**だろう、という見解が現れている
- 中国人民銀行は**デジタル人民元を流通させる**ための法案を準備していることを示唆。アプリ開発も進められている模様

民間主導 (Libra)

- 各国の規制を受けない民間暗号通貨を目指していた当初方針から一転、単一通貨を裏付け資産とするステーブルコインに方針転換

もたらされつつある変化：店舗の役割

テレワークの導入やデジタルチャネルの活用が世界規模で進んでいる

山口FG

Projection Only

山口FGや取引先企業の**テレワークの導入**を
ブイキューブが支援。
Web会議などができる同社製ブースを山口FGの店
舗に設置し、**顧客の遠隔相談**を可能に。

Bank of America (アメリカ)

Projection Only

コロナ以前から**無人店舗**を多数運営。
遠隔の行員が対応し、個室に誘導して
各種相談も可能。

**顧客にサービスやサポートを提供し続けるために
デジタルチャネルを活用**

もたらされつつある変化：リアル×接触レスの進化

感染対策のために、リアルなタッチポイントにおける接触レスな取引手段や、ソーシャルディスタンスへの注目が高まっている

今後はATMでも同様のニーズが出てくる

ロボットによる無人対応

Projection Only

中国：キーンオンロボット
ホテルや病院へロボットを納品。
食事の配送や消毒を無人作業にして感染拡大リスクを抑制。

決済の完全タッチレス

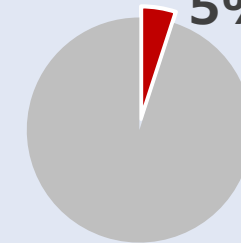


米国：ウォルマート
セルフレジのタッチスクリーンに触れずに、QRコードをスマホのカメラで読み取ることで、支払い手続きを進められるようになった。

非接触サービス業種拡大 ex. 食料品購入

オンライン販売
が占める割合

5%



感染
拡大後

オンライン販売
を利用した割合

52%

初めて利用

20%

米ファブリックの調査結果をもとに弊社にて作成

もたらされつつある変化：コンタクトセンターの形態進化

緊急事態宣言を受け、コールセンターも形態の変化を余儀なくされた
居室の座席間隔調整などの一時対応が大半を占めるが、
テレワーク化やAIツールの利用なども見られた

座席・出社人数等の調整

最も多かったケース。
規模縮小/フロア移動制限/
出社人数制限/時差通勤/
仕切りの設置/座席配置調整 など

テレワーク対応

完全在宅化は1割程度、
一部のオペレーターや
業務を在宅化したのは4割前後
(各種調査からの大体の目安)

AIやツール導入による オペレーター省人化

Beforeコロナより
コールセンター
デジタル化対応の流れで
導入検討を進めていたケースが多く
見られる

コールセンターのテレワーク対応における課題

ハード面の課題も去ることながら、従来からDXの対応を進めていない
コールセンターほどソフト面の課題に苦しむ傾向が見られた

ハード面

- セキュリティの担保
- 在宅環境の確保
- 業務実施設備の確保

- インターネット環境のスペックが社員によって違う、通信費の負担をどうするか
の整理が必要
- 家族に対応内容を聞かれてしまう

…など

ソフト面

- 業務の効率化や平準化
- 人材の採用や育成
- 従業員満足度やメンタル管理

- 教育手法が従来型の集合研修のみ
- ちょっとした内容を質問する手段がなく時間がかかる
- マニュアルがすべて紙だが機密情報保護の観点から持ち出せない

…など

With/Afterコロナのコンタクトセンター

今後も引き続きDXを進めつつ、リアル/バーチャルの顧客接点を形成していくことが求められている

With/AfterコロナのコンタクトセンターDX対応の例

業務効率化（顧客応対補助/自動化）

- AIチャットボット（簡単/定期的な質問にオペレータに代わり対応）
- 定型文や推奨回答提示など、オペレータへのナレッジ提供
- メール対応の拡充 …など

バーチャルなチームの育成

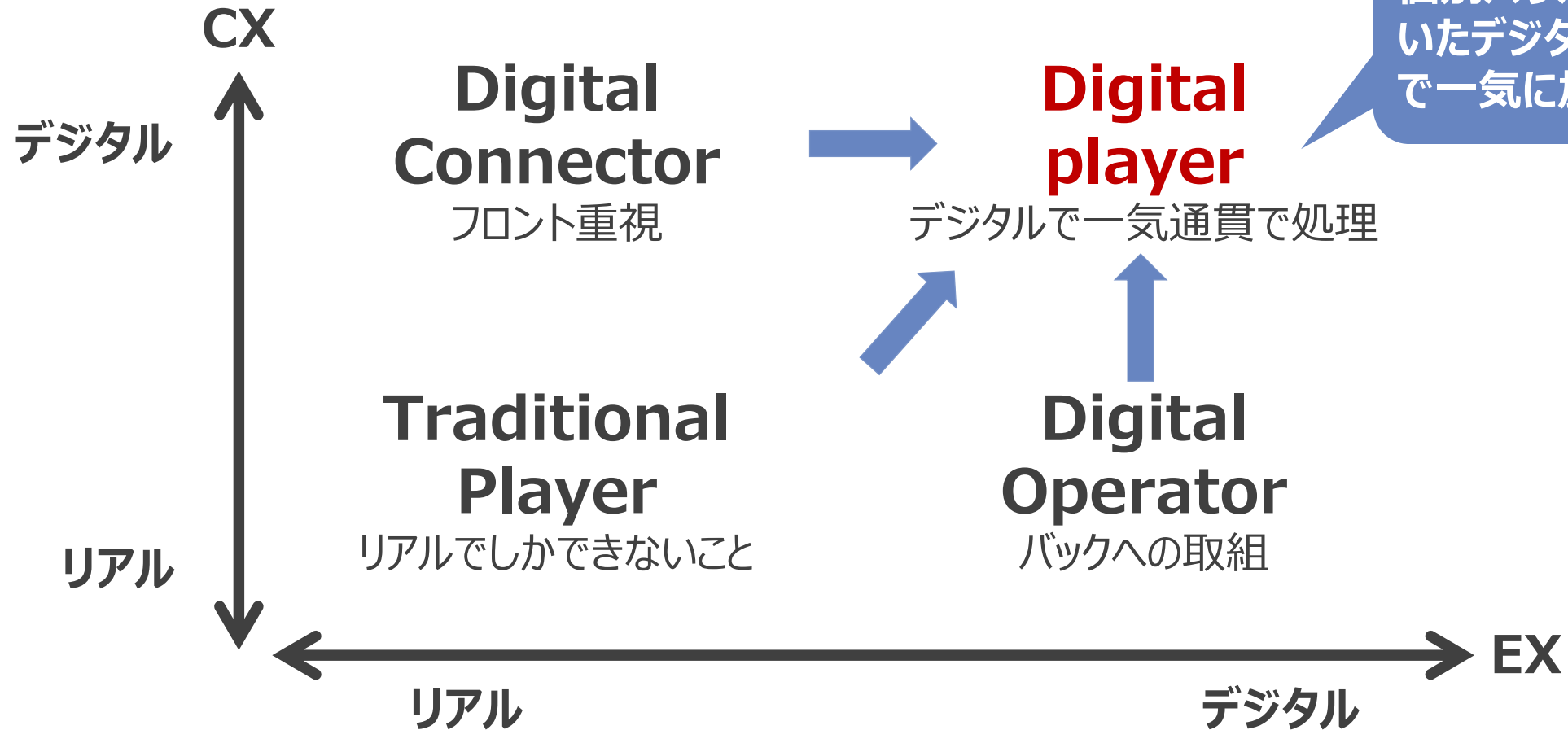
- 映像を使ったコミュニケーション
- チャットサポート専任要員の設置
- グループウェアでのチームワーク強化（SVへの相談・エスカレーションを容易に）…など

労務管理・人財育成

- Webカメラ、デスクトップ画像の撮影、アクセスログ記録
- ビデオ会議を使っての対面コーチング …など

今の方向感 ～Ambient Digital

CX（顧客体験）/EX（従業員体験）のどちらもデジタル化することが求められるように



変化の先：未来のタッチポイントは…

VR/ARによって、従来のリアル店舗の制約を解決 & 顧客が最も望む形で対面接客サービスを実現できる可能性がある

【場所】

顧客も職員も、どこにいてもよい
(自宅、職場、支店、事務センターetc.)

【ツール】

空間上に必要なだけ情報提示、
3Dを活用した分かりやすい説明

【外見】

顧客は**最も話しやすい**アバターを選び、
職員は**テレワーク中でも接客**できる

【スキル】

顧客の求めに合わせて**自分の得意分野を活かして接客**できる (融資の相談を求める顧客には融資のプロがアバターの「中の人」になる)

職



場所、外見、スキルの制約に関わらないやり取りが可能に



変化の先：未来のタッチポイントは…

今後、自動運転が高度化していくにつれ、移動の概念は大きく変わっていくことが想定されている。自動運転が広まった際に新たに生まれる顧客の時間をどう活用するか？



移動しながら
食事できるレストラン

寝ている間に到着するホテル

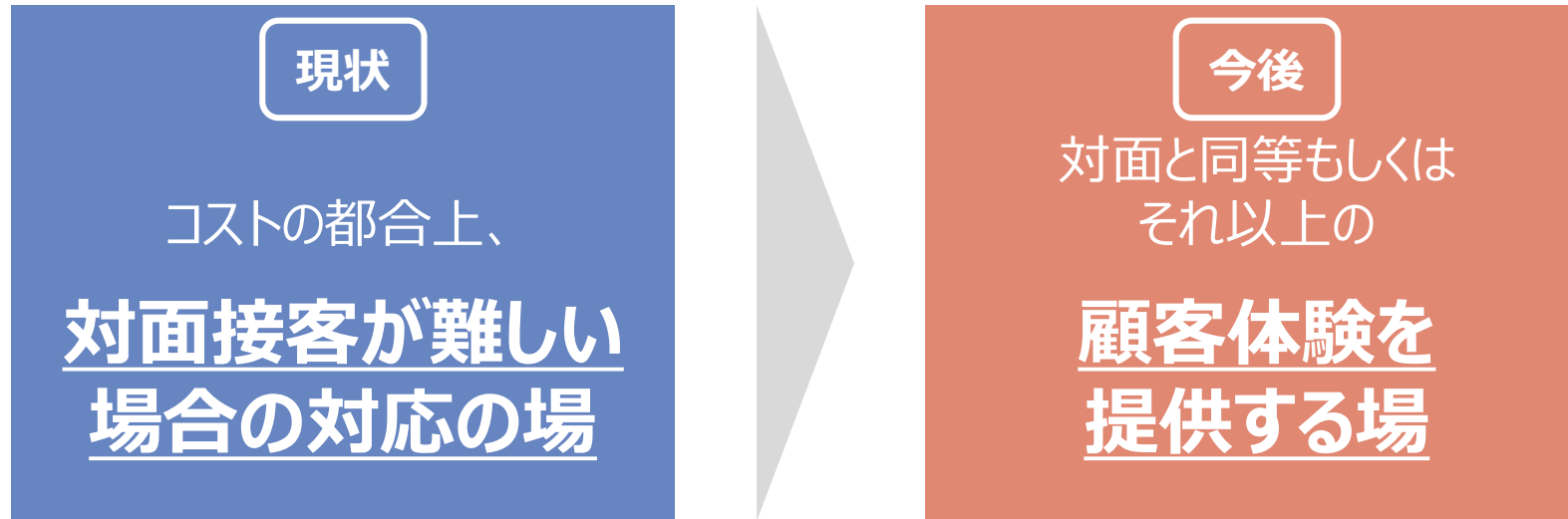


サービスを受けるために
駅に移動する必要がなくなり、
「駅近が便利」ではなくなるかもしれない

今まで顧客が
ハンドルを握っていた時間/
駅前に移動していた時間に
いかに金融機関が
入り込むか？
(車中での資産相談など…)

デジタルチャネルの今後の形

現状では、コストカットと利便性向上が焦点だが、テクノロジーの進化により、対面と同等ないしはそれ以上の顧客ロイヤリティを確保することも可能に



普段人間と話しているようにAIと話せる…など、
対面と同等以上の価値が提供できれば、必ずしも店
舗・窓口での接客である必要はない

金融のタッチポイントはどう変化していくか？

単純なリアル→デジタルの移植ではない。未来のタッチポイントを前提に置きつつも、デジタル/リアルでできることは何か？を考えるタイミング

NOW

リアルをデジタルで代替

既存のサービスをデジタルに置き換え

- キャッシュレス化
- インターネットバンキング/ATM
- 契約のデジタル化
- ロボット無人対応
- ロボアドバイザー

FUTURE

デジタルツインの実現

デジタル/リアル同等の顧客体験

- VR/レイグジスタンスで対面同様のコミュニケーション
- 自動運転の高度化によるオンデマンドサービス

このタイミングにおけるデジタル/リアルの
タッチポイントの在り方は何か？

(金融機関が一人称で取り組めることは何か？)

何を変えればいいのか？
～カスタマーライフサイクルに照らし合わせて

お客様とのコミュニケーションの一連の流れにおけるDX

いかにカスタマジャーニーを創るのか？

そのためにはシームレスかつ情報の一元化が必要な一方でチャンネルは多様化、サイロ化が進む。
業務面からみると各フェーズでどんな顧客体験を提供するのがカギを握る。

Projection Only

「30代共働き夫婦におけるローン申し込み」におけるCX(シナリオ)



セーヌ 華子
(32)

“初めてのローン申し込み”

夫婦共働き、賃貸で都市部に居住中。
コロナの影響により夫婦ともに移動がこれまでの公共交通機関メインからカーシェアリングやレンタカーの利用にシフト、パーソナルな空間としての車の価値に目覚める。
コロナを契機と捉えて兼ねてより少し考えていたマイカーの所有を本格検討。

CX

構想

ふとした時にマイカーについて考えることが増える。マイカーやカーシェア関連のニュースやCMなど目にした際にも想起。同時に近隣駐車場の状況確認開始。

写真：UTS/イメージマート

認知

ATMでの出金時にお知らせとして表示されたマイカーローン広告を認知、真剣に検討を開始。

Case1

検討

マイカー候補の検討とともに費用シミュレーションも並行して実施、ローンの比較サイトなども活用するとともにローン申し込みサイトも複数確認。

Case2

申し込み

車の確定とともに支出シミュレーションも完了。狙いを定めていたWeb完結型ローン申し込みサイトにて仮申し込みを実施。

Case2

契約

契約完了。途中のQAやステータス確認等でコールセンター及びチャットとのやり取り実施。

Case3,4

アフター
フォロー

締結後も定期的にキャンペーン情報などを受領。コロナ影響もありワーケーションを真剣に考えるにあたり郊外の住宅購入も検討中

Case3,4,5

Case1) 認知：ATMでの出金時に広告表示

ある日、いつものATMでお金を下ろしに。出勤時にふとATMの画面を見ると…

Projection Only



SPLAB銀行

これは広告です

らぼぎんのマイカーローン

車の購入

中古車の
購入

バイクの
購入



いまだけの**特別優遇金利 1.5%**

ネットだけで完結できる

らぼぎん銀行マイカーローン

あ、マイカーローンだ。
金利も安そうだし、
これなら買えるかも？
ちょっと検索して見てみようかな。

写真：PantherMedia/イメージマート

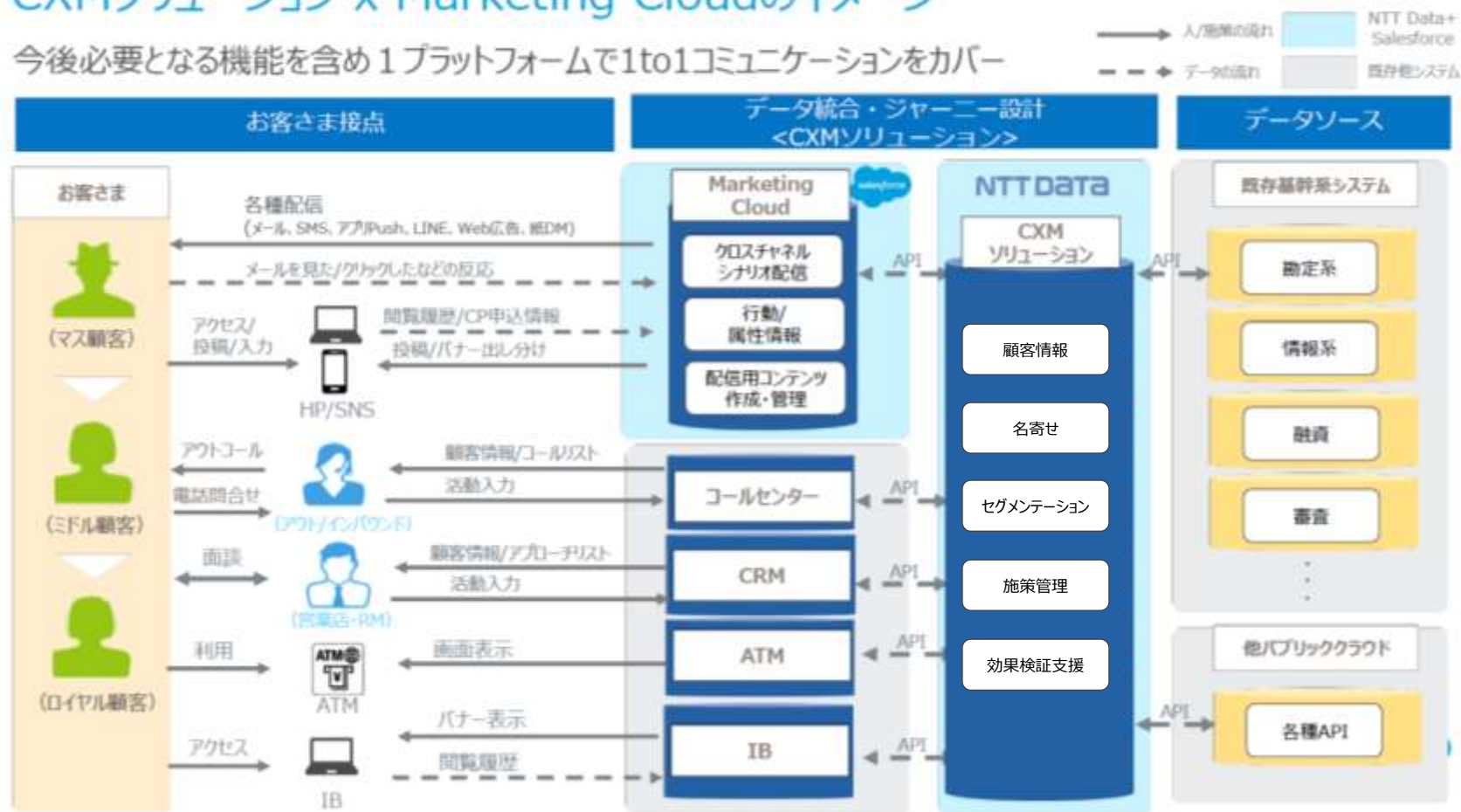
Case1) 仕掛けのポイント



Case1) 当社構想 CXMソリューション × Marketing Cloud

CXMソリューション × Marketing Cloudのイメージ

今後必要となる機能を含め1プラットフォームで1to1コミュニケーションをカバー



- ・Salesforceと銀行の行内情報系システムとの連携をシームレスに実現可能
→オムニチャネル対応可能なCXMと連携することでマーケティング施策実行の迅速化・高度化に対応

Case2) 検討/申し込み：ウェブサイトをちょっと確認

実際にウェブサイトを検索して訪問し、情報収集がてら内容の確認をしてみると。。

なるほど、わかりやすい。
ネットだけで完結できるんだ。

仮審査もシミュレーション
も気軽にできる！

The screenshot shows the SPLAB Bank website interface. At the top, there is a navigation bar with a hamburger menu icon, the SPLAB logo, the text 'SPLAB銀行', and a 'ログイン' (Login) button with a user icon. Below the navigation bar, the main heading is 'らぼぎんネットで完結マイカーローン' (Complete My Car Loan on Rabogin Net). Underneath, there are five blue buttons with white text: '5分でできる仮審査' (5-minute provisional review), '1分返済額シミュレーション' (1-minute repayment amount simulation), 'どんな用途に使えるの?' (What can it be used for?), '特別優遇キャンペーン' (Special preferential campaign), and 'その他お問い合わせ' (Other inquiries). At the bottom of the main content area, there are three icons: a person with an envelope, a telephone handset, and a speech bubble.

申し込みも楽そう

今度問い合わせしてみよう

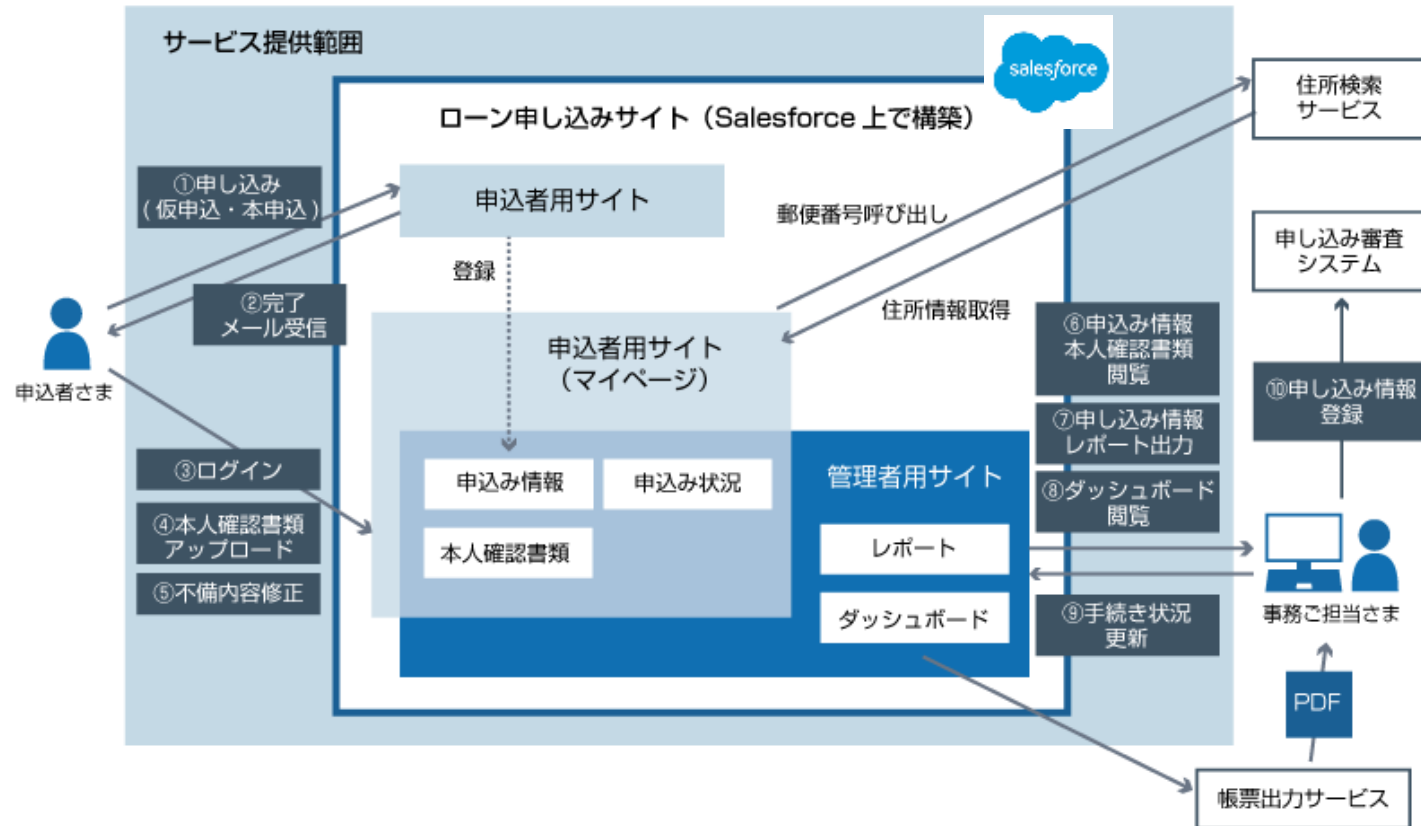
写真：UTS/イメージアート

Case2) 仕掛けのポイント

- 1 お客様フレンドリーなサイトの実現
- 2 Salesforce基盤による短期開発の実現
- 3 Web完結による高度なCX体験の提供
- 4 段階的な商品の追加等の柔軟性の確保

Case2) 弊社グループ事例) 岩手銀行様によるSalesforceを活用した WEB完結型ローン申込サイト構築

- ・Salesforce Financial Services Cloudを活用しWeb完結可能なローン申し込みサービスのためのWebサイトを構築、開発期間6か月で2021年3月に提供開始予定
- ・本サービスにより、お客様は24時間/365日でローン申し込み、申し込みに必要な本人確認書類や資金使途資料などの電子ファイル送付が可能となり、申し込みから契約手続きまで来店不要で完結



【参考】認証技術の変革（eKYC）

オンライン完結型の本人確認手法「eKYC」は、マネーロンダリング対策の観点から導入に慎重な金融機関も多かったが、コロナを機に導入が進む可能性がある。今後進むであろうWeb完結型との連動も。

口座振替を印鑑レスで設定

3メガバンクなどが共同で6月に枠組みを構築

eKYC

消費者が金融機関に口座振替を依頼



生損保、インフラなどのサービス

ランダムな指示での容顔撮影でなりすまし確認



今から左を向いてスマホで写真を撮って

本人確認書類の画像読取で照合



口座開設時の本人認証が郵送→Web完結に

- **楽天証券**（5/17～開始）
Polarify社の「Polarify e-KYC」を導入
最短で翌営業日から取引可能に

外出自粛でオンライン消費が増える中、消費者の利便性を高めるとともに金融機関などの事務負担も軽減する

※出典情報を基に弊社にて編集
出典：日本経済新聞、ニッポン、楽天証券、セブン銀行

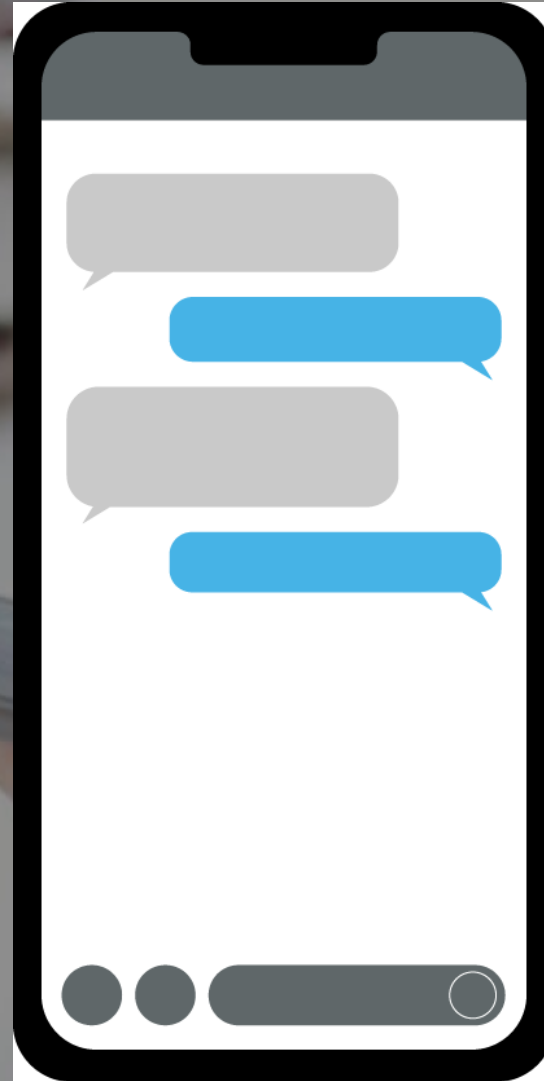
Case3) 契約/アフターフォロー：スムーズでシームレスな対応

ウェブサイトを見て興味が湧いたものの、同時に聞きたいことも出てきたので。。

ちょっと移動中で時間も無いけど聞いてみたいのでチャットで問い合わせしてみよう

仮審査はほんとに試しで、申し込みに至らなくても大丈夫ですか？

なるほど、わかった！すぐ回答もらえて疑問も解消して満足！



はい、本申し込みに至らなくても問題ございませんのでお気軽にお試してください。

写真：UTS/イメージアート

Case3) 契約/アフターフォロー：スムーズでシームレスな対応

チャットで聞いたものの、忙しさもあり1週間ほど経過。ふとメールを見ると。。

あ、SPLAB銀行からメールが来てる、なんだろ？

セーヌ様、いつもお世話になっております。先日はチャットでのお問い合わせありがとうございました。

お伝えした通り仮審査はお気軽にお試しいただけます。もし他に何かお困りやご不明点などございましたらご遠慮なくご連絡ください。

そういえばチャットで問い合わせして仮審査やってみようと思ってたけど忙しくて忘れてた。

チャットで問い合わせたことをわかった上でメールで入れてくるなんて凄いな。。
他に聞きたいこともあったしまた問い合わせしてみようかな。

Case3) 契約/アフターフォロー：スムーズでシームレスな対応

メールをもらったこともあり、さらなる疑問を解消すべく電話で問い合わせ。

ちょっと詳細にお伺いしたいのですが…

(電話でもチャットのやり取りやメールも把握してくれてる。きちんとしてるな。)

はい、メール拝見しました。お電話したのは優遇金利とキャンペーンについてじっくり伺いたくて。

きちんと回答してくれたし、チャットのことも把握していて私のことを理解してくれている気がする。ここで申し込もうかな。

セーヌ様、ありがとうございます。チャットでのお問い合わせありがとうございました。その後メールも出させていただきましたがご覧いただけましたでしょうか？

承知致しました。セーヌ様ですと～

Case3) 仕掛けのポイント

1 多様なチャネルに対してシームレスに対応

2 Input/Output双方でSalesforceと連携

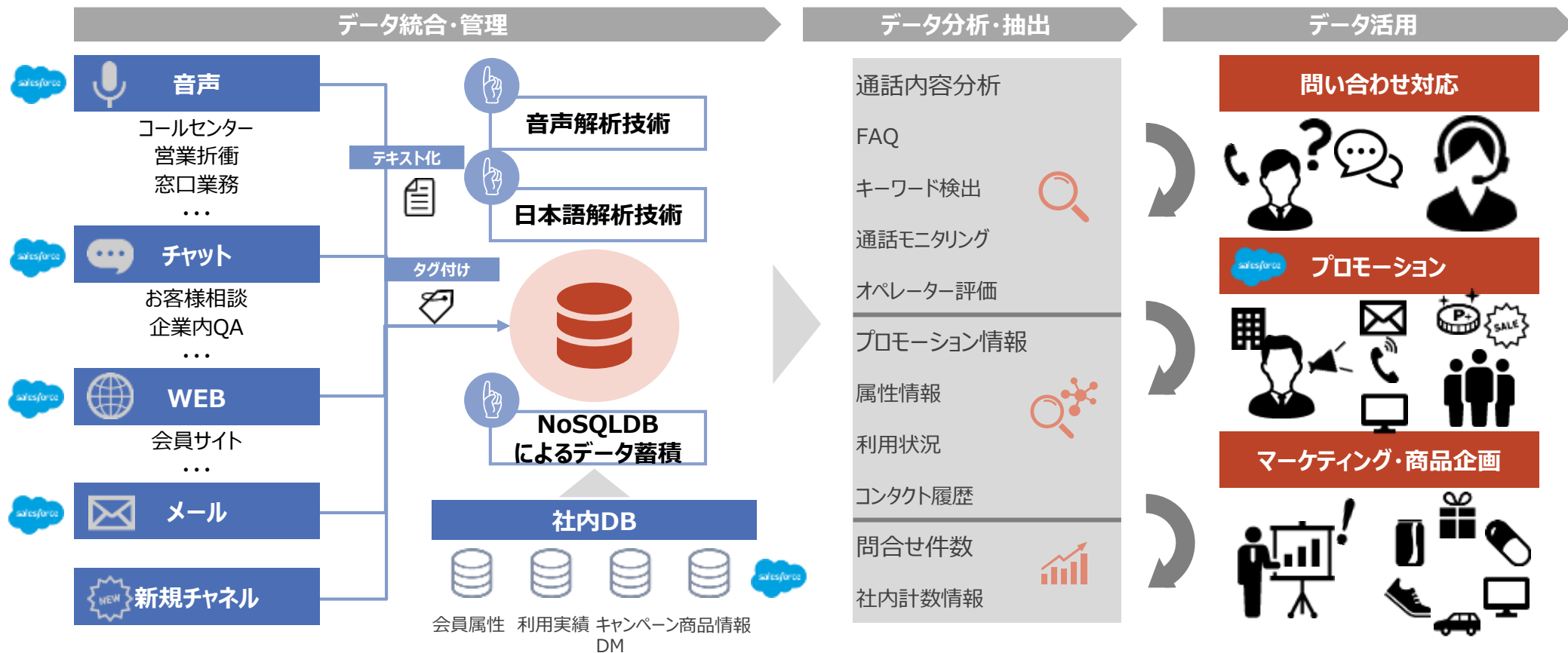
3 QAに対してはAIによりオペレーターを支援

4 スーパーバイザーサポート機能の充実

5 データソースとしてオンプレ、クラウド、SaaSいずれにも対応

Case3) 当社事例：Customer Engagement Hub

- ・Salesforceなどとも連携しつつ各チャネル及び社内のオンプレ含むデータソースなどを一元的にまとめ、データの有効活用を実現する。



実現内容

- ・各チャネルでそれぞれ蓄積している情報をまとめて、DBに格納して扱うことが可能
- ・構造データ、非構造データもまとめて扱うことが可能
- ・新たなチャネル（データ）の追加や仕様変更が容易

- ・蓄積したデータを統合的にユーザの見たい切り口で分析・抽出が可能

- ・データは全社横断的に様々な業務やリスク軽減やトップライン向上などに活用可能

Case3) 当社事例：チャットボット、FAQの高度化

コンタクトチャンネルにおいては、今後ますますチャットといった非対面やWEB上のFAQの充実等が求められる。Intelligent Searchを実現するiTreasureやCustomer Engagement Hubを活用することでFAQシステムの高度化を実現

Step1:社内ナレッジ集約・チャットボット構築

チャットボット

CustomerEngagementHub

Q	A
旅費申請の登録方法が知りたい	旅費システムマニュアル (P10)
出張時の旅費の精算方法が知りたい	
海外出張時の旅費精算について	

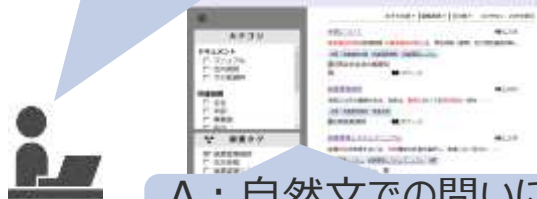


FAQを（Qの言い換え表現）手動登録

検索システム

iTreasure

Q:国内出張の旅費を精算したい



A: 自然文での問いに対しての検索結果が表示

Step2:メンテナンス可能なチャットボットの構築

CustomerEngagementHub + iTreasure

検索システムを用いて出力されるQAの最適な組み合わせをユーザ自身で選択・出力し、結果をチャットボットへ連携することでチャットボットの段階的な精度向上が可能になります。



最適なAnswerはユーザ自身で編集することも可能

FAQ



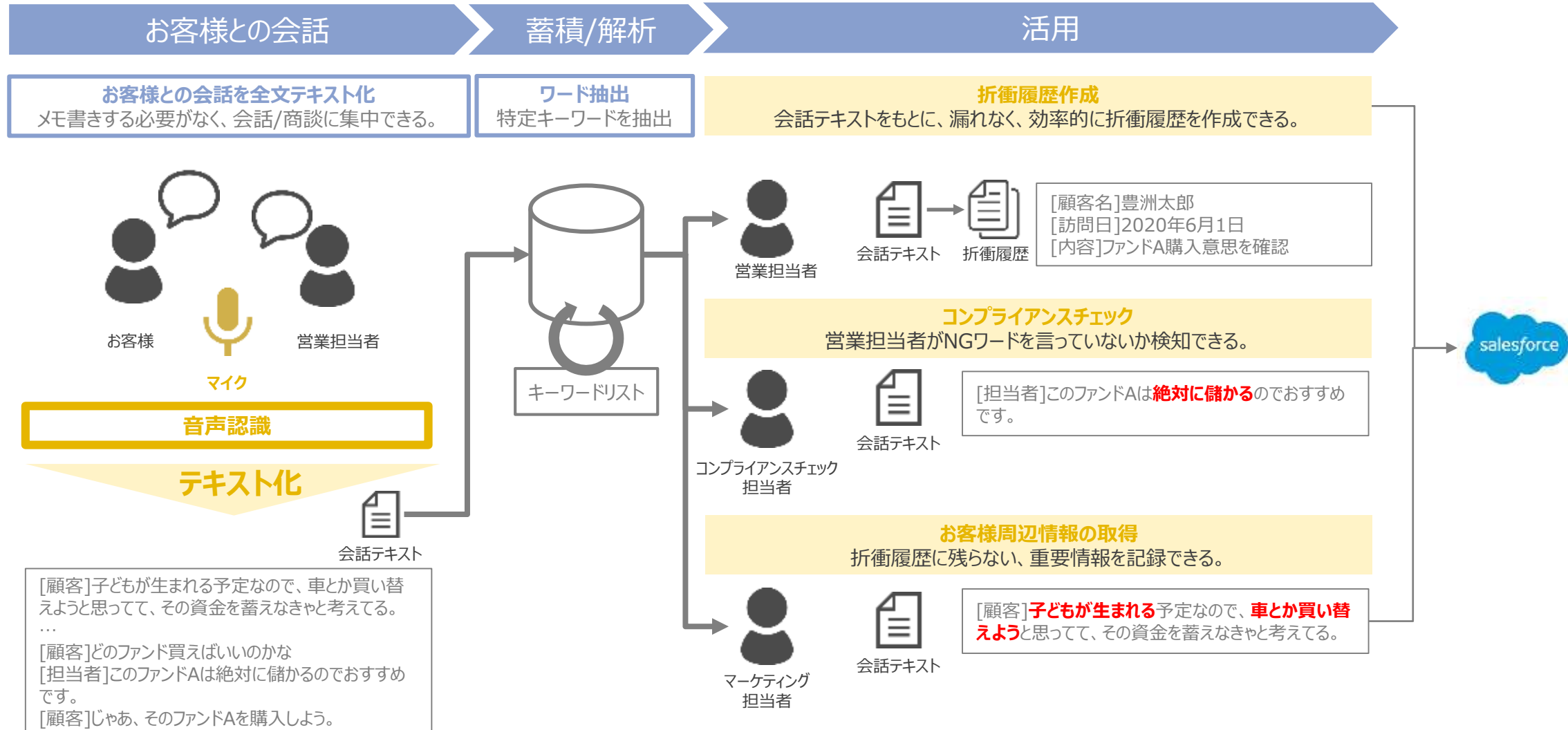
Q:国内出張の旅費を精算したい



クリックログからFAQ連携（クリックされた回答を蓄積、学習）

Case3) 当社事例：ご参考) 対面音声テキスト化による活用例

お客様との会話をテキスト化・蓄積・解析することで、折衝履歴の作成・コンプライアンスチェック・お客様情報の他業務活用といった場面での利用可能。蓄積した情報をSalesforceと連携することでさらにマーケティング等にも活用可能



Case4) 契約/アフターフォロー：クロスセル、新規キャンペーンのご案内
それから3年、そろそろ住宅購入も視野に入れてきた今日この頃。。

そろそろ住宅購入を考えてもいいなあ。

あ、SPLAB銀行から住宅ローンのキャンペーンが来てる。

とりあえずまた話し聞いただけ聞いてみようかな



The screenshot shows the SPLAB Bank mobile app interface. At the top, there is a menu icon, the SPLAB logo, the text 'SPLAB銀行', and a user profile icon labeled 'セーヌ様'. Below this is a 'Special Offer!!' banner. The banner features an image of a house, a car, and a calculator, with the word 'LOAN' written below. A blue button below the image contains the text: 'カーローンご契約中のセーヌ様、住宅ローンが特別金利-0.5%！'. At the bottom of the app interface, there are three icons: a person with an envelope, a telephone handset, and a speech bubble.

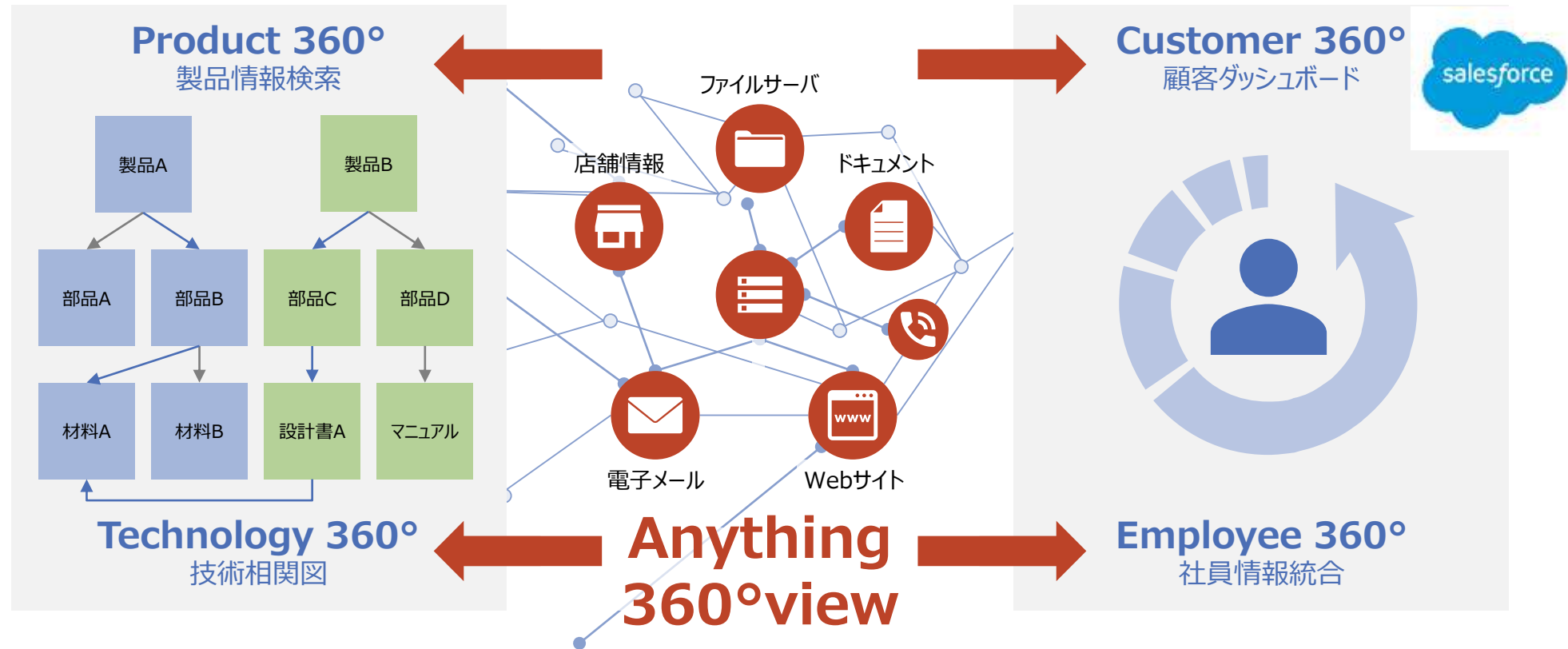
写真：PantherMedia/イメージマート
写真：ideyuu1244/イメージマート

Case4) 仕掛けのポイント

- 1 蓄積した多様なチャネルからの接客情報や顧客情報を統合
- 2 Salesforce等のフロント/マーケティング部分と連動
- 3 顧客だけでなくキャンペーンや商品毎の360°可視化
- 4 多角的な視点からマーケティング分析可能
- 5 インバウンドとアウトバウンドを行き来する対応が可能
- 6 人や物、商品などのつながり（相関図）を軸にした分析が可能

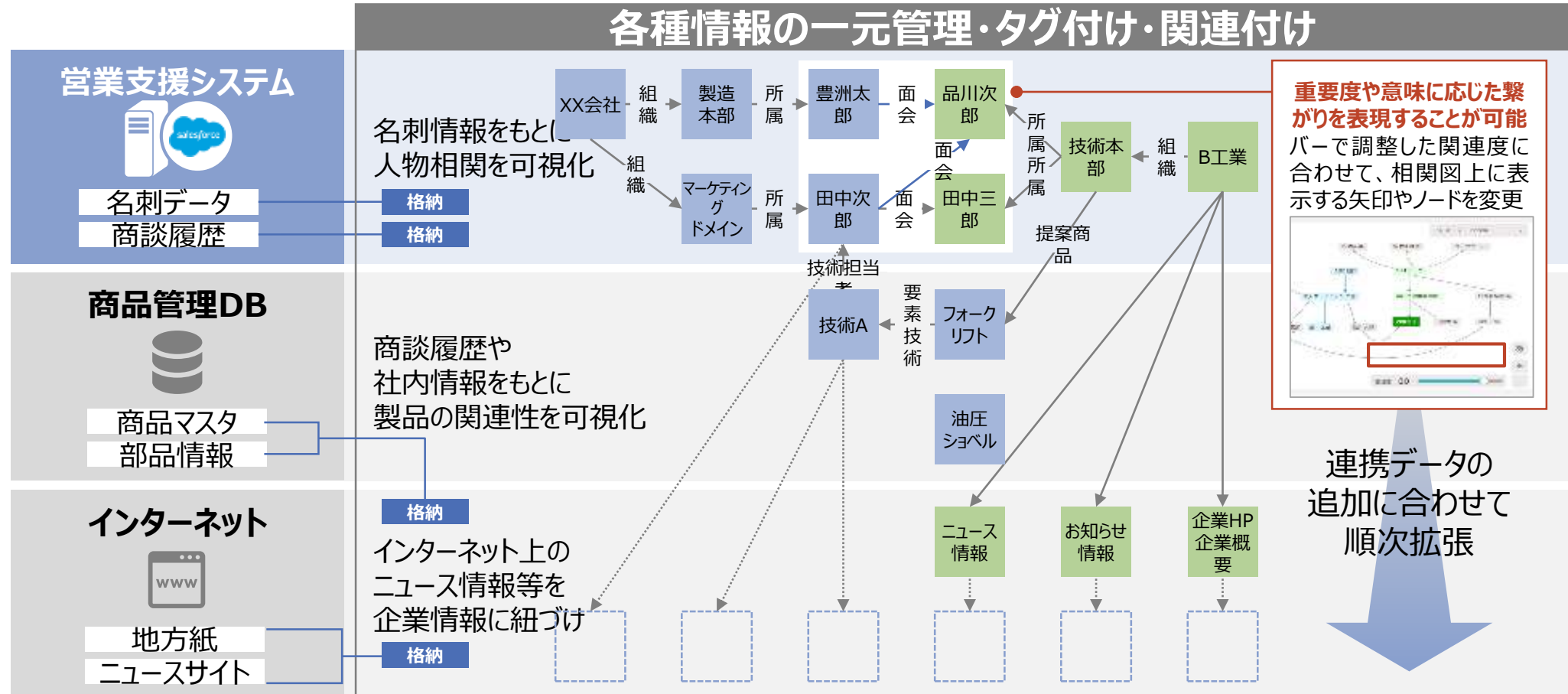
Case4) iTreasureによるAnything360° : Salesforceとの連動、連携

Intelligent Searchを実現するiTreasureは社内外の様々な情報（顧客情報・営業情報・技術情報等）を意味づけ、関連付けをして高度にデータ管理をすることが可能。様々な軸で情報の可視化が可能。Salesforceと連動、連携することでさらに新たな気付き、ビジネスチャンスの創発に繋げることが可能。

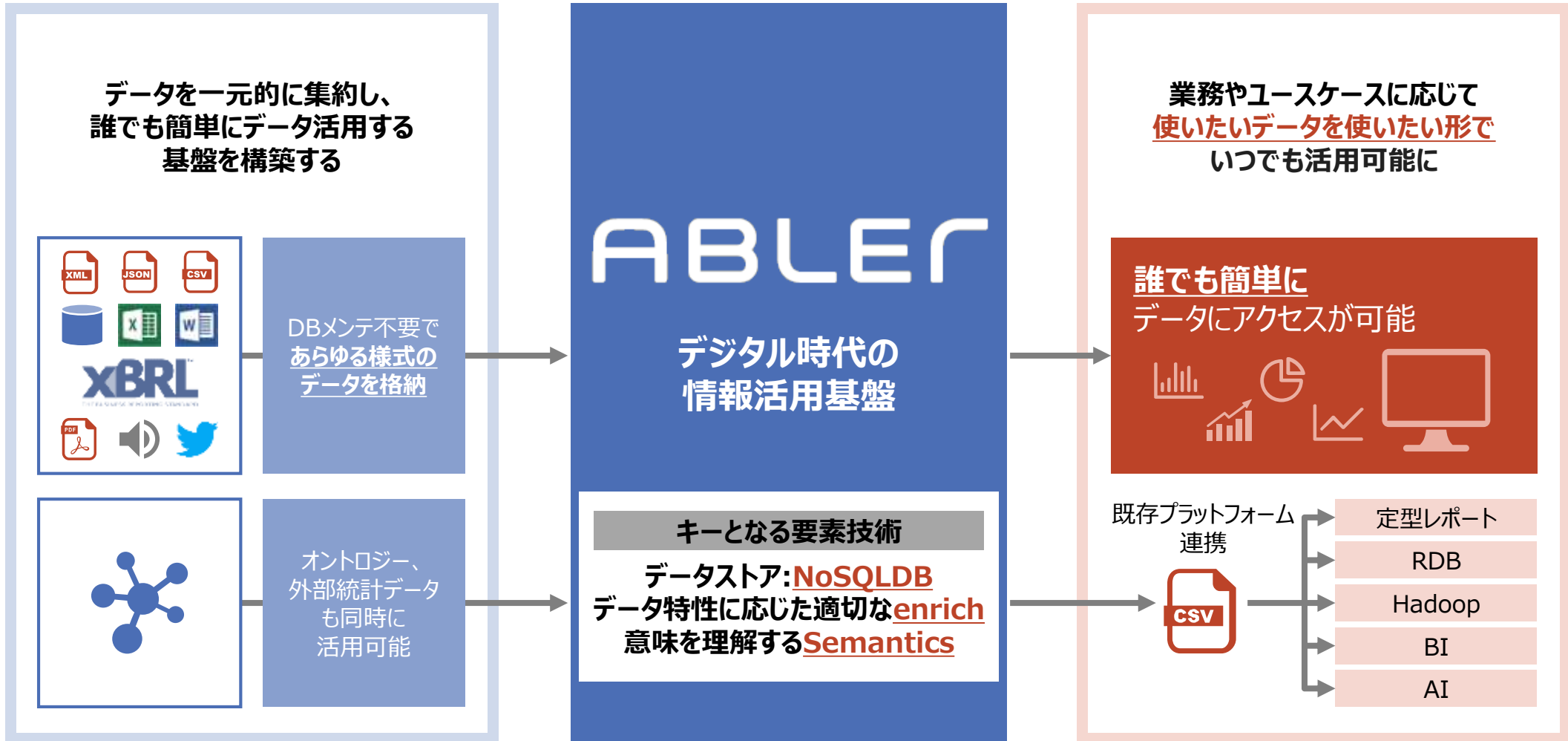


Case4) Customer360 顧客情報統合-企業/組織/人物相関図からのアプローチ

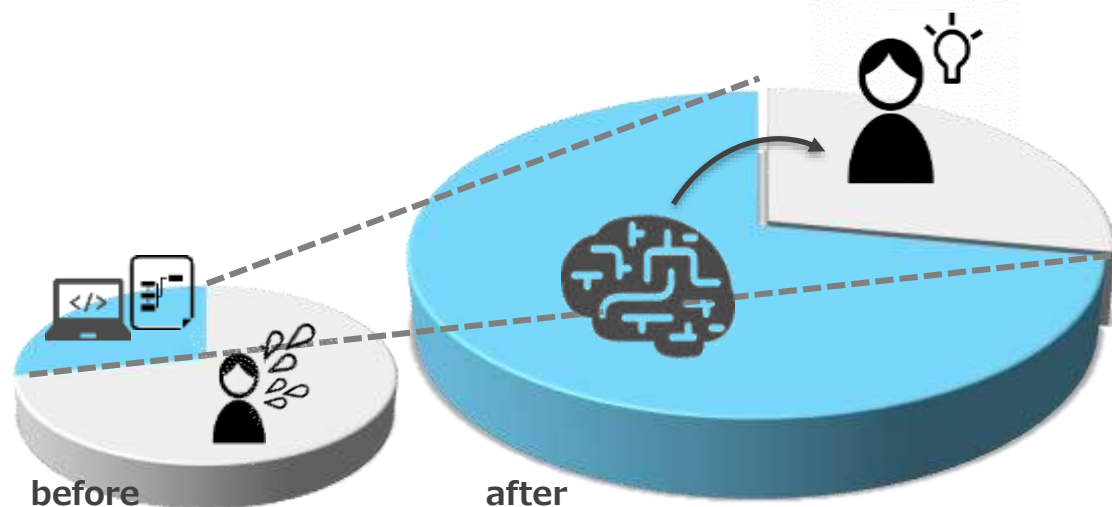
拠点毎に点在する顧客情報を統合し各種相関図を構築することからスタートし、インターネット情報、商品情報の統合の段階的実現が可能。相関図を軸にすることで多角的な分析やマーケティングが可能。



【ご参考】弊社新ブランドABLERについて ～ データ民主化の実現



お客様のデータ活用経営を一気通貫でサポート



データ活用における戦略検討から
活用にいたるまで

【あらゆるデータ】を対象に
【圧倒的なスピード】で

トータルにサポート

“Data to Intelligence”

有象無象のDataから経営判断やビジネスに資するIntelligenceを提供し、
データ資源化を実現

Case5) アフターフォロー：次世代のコミュニケーション体験へ

キャンペーン情報をもらったこともあり、また詳細に話を聞いたことからリモート問い合わせを実施してみると。。

ちょっと詳細にお伺いしたいのですが…

(あ、いつものラボ田さんじゃないんだ。あの人の説明の仕方とか間がいいんだけどな。。)

この間ご案内いただいたキャンペーンなんですけど。。

(〇〇さんもラボ田さんみたいな説明の仕方と間で話しやすいな。接客マニュアルとかがいいのかな?)

はい、セーヌ様、ありがとうございます。私、〇〇と申します。

キャンペーンですね、それについては～

写真：UTS/イメージアート

Case5) 仕掛けのポイント

1

リモートでも対面と同等の以上の体験を提供

2

お客様に与える印象を可視化

3

接客対応情報をSalesforce等に連携し営業マーケティングの高度化を図る

4

優れた営業、接客プロセスの探索及びその水平展開が可能

【弊社事例】表情や声の分析による接客技術向上「Com Analyzer®」

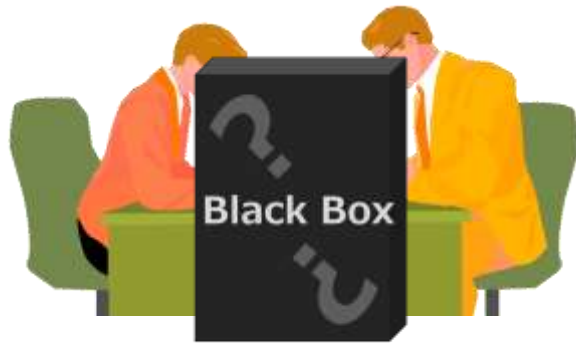
表情と声、第一印象を見える化、点数化し接客技術向上につなげる



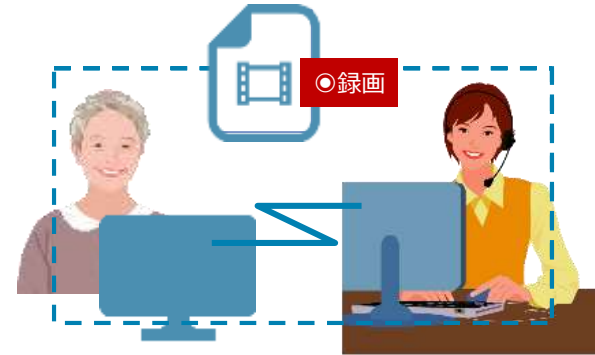
【弊社事例】アフターコロナのオンライン接客とCom Analyzer®

オンライン接客の普及は営業活動の時間的・空間的制約を取り払うだけでなく、これまでブラックボックスだった対面接客のプロセスを映像データから確認できることにインパクトがある

従来の対面接客





オンライン接客





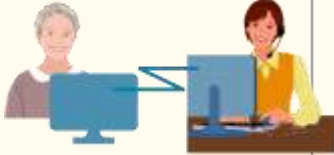
接客のプロセスがガラス張りに

Com Analyzer®は映像データから対面接客のプロセスを可視化するサービスです。

Com Analyzer®による 可視化	 お客様の感情	⇒ 対話の受け止め方
	 募集人の印象	⇒ 応対の客観的な評価と改善、横展開

【弊社事例】 Com Analyzer®が可視化するもの

話者の**表情と音響（声）**を分析して、対話のさまざまな要素を可視化

	😊 表情	🗣️ 音響
お客さま 	笑顔の量 感情（喜び、怒り、悲しみ、嫌悪、軽蔑、恐れ） ⇒ 対話の受け止め方	話す速さ 声の大きさ・高さ 発話内容（音声認識） New!
募集人等 	笑顔の量 感情（喜び、怒り、悲しみ、嫌悪、軽蔑、恐れ） ⇒ 対話の雰囲気	話す速さ 声の大きさ・高さ 発話内容（音声認識）
相手に伝わる印象（親しみやすさ、熱意、落ち着き）		
両者の掛け合い 	[時系列の分析] お客さまと募集人の感情の推移 ⇒ シンクロ率（共感しているか） お客さまの感情に変化を与えたときの言動 ⇒ 効果的な発話、話し方	発話比率（支配率） かぶり、間（リズム）、沈黙 New!

緑色の表記は今後実装するもの

オンライン接客とCom Analyzer®, Salesforceの連携活用イメージ

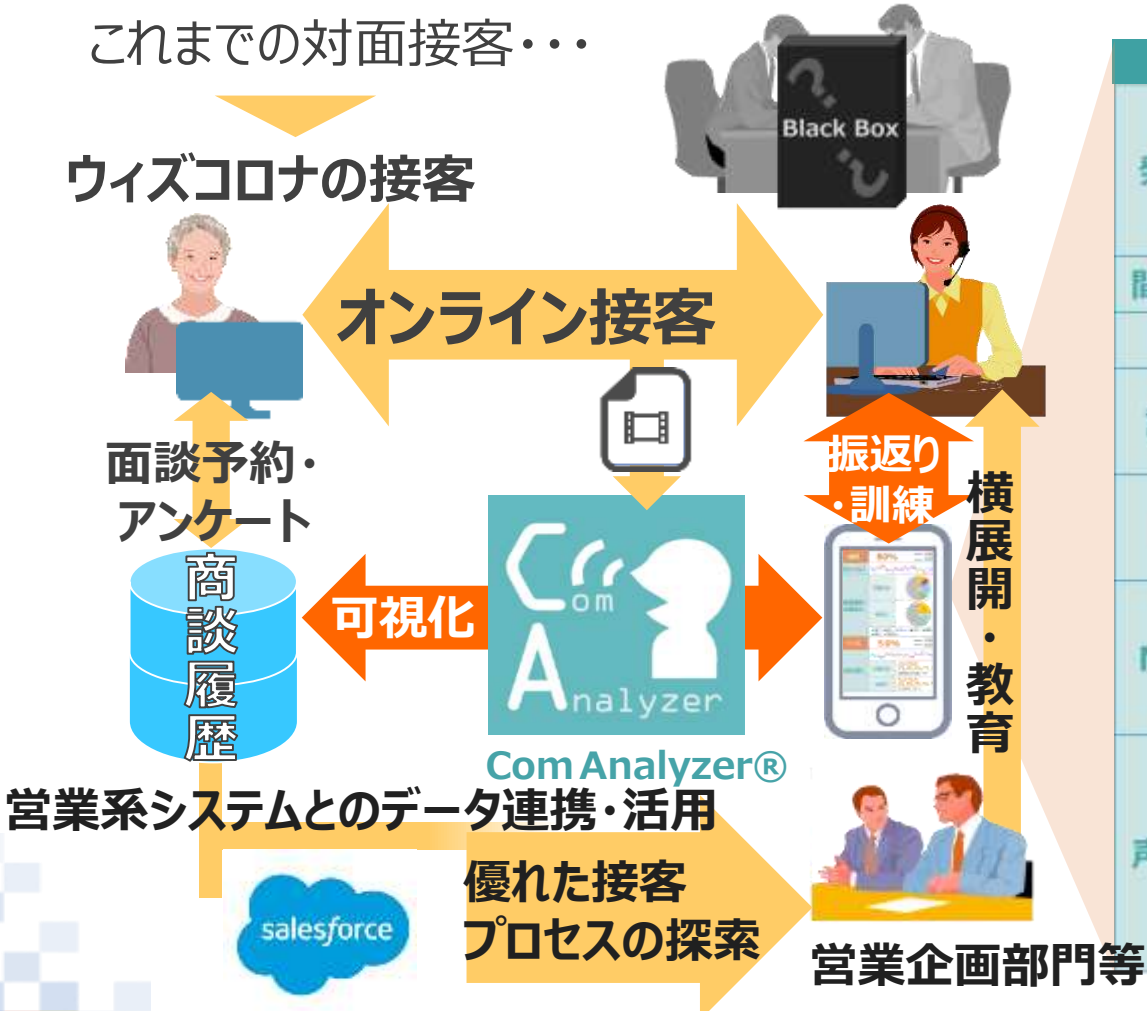
対面接客を可視化

- ・オンライン接客の映像データから二者の掛合いを分析し、共感の度合いを可視化
- ・発話内容も分析し、人では気づきにくい口癖や間の取り方も可視化
- ・商談履歴やお客様反応等をSalesforceに連携し、優れた接客プロセスの探索やマーケティング活用※

これまでの対面接客・・・



ウィズコロナの接客



発話分析

発話比率	■ お客さま：25% ■ あなた：70% ■ 沈黙：5%	
間（沈黙）	16回	
かぶり	4回	
言い淀み	35回	ええ
	12回	ああ
口癖	22回	あのですね
	16回	いわゆる
NGワード	3回	必ず
	2回	安全
声の大きさ	お客さま	21 dB 標準的な大きさです
	あなた	16 dB 小さいです

シンクロ率

感情	80%	
ポジ/ネガ		
感情表現の豊かさ	お客さま	
	あなた	
ベース	50%	
話す速さ	お客さま	4.2 mora 標準的な速さです
	あなた	5.3 mora やや早口です

※将来的な構想を一部含みます

Key Takeaway

- ✓ **Withコロナ時代のキーワードは、**
 1. ハイブリッド（オンライン&オフライン[リアルの価値]）性の保持
 2. スピード、スピード、スピード
 3. 次世代の顧客体験の提供&従業員満足度の向上（CX×EX）
- ✓ **今まで以上に如何にしてカスタマージャーニーを創るのがカギ**
- ✓ **実現には多角的かつ柔軟なチャネル戦略と顧客360°並びに従業員360°、さらにAnything360°が必要**

NTT DATA Salesforce Business



Salesforce Partner Award

- InnovativePartner FY2019
- CustomerSuccessPartner FY2018



2400+

Salesforce certifications



900+ 26 Countries

Salesforce Certified professionals As of July, 2019



9.5+ /10

Partner Satisfaction Score²


Salesforce reseller⁴

5th Largest CRM services provider³



17+ years

Partnership with Salesforce



3500+

Successful Salesforce projects



NTT hosts Salesforce datacenters in UK & Japan



Trusted Advisor | Global Delivery | Industry Expertise | Center of Innovation | R&D

^{1,2} Salesforce AppExchange. ³ Gartner Inc. "Magic Quadrant for CRM & Customer Experience Implementation Services, Worldwide," December 01, 2016. ⁴ Japan and Emerging markets.



NTT DATA

Trusted Global Innovator