

中小企業のトレンド(第25回)

チャットボットの普及により接客が変わる

2017.07.20

今や、日本人の2人に1人はLINEでチャットする時代。人手不足の中、接客を充実させる道具として、チャットボット(※)が使われ始めた。技術を蓄積したベンチャーが中小企業向け市場に照準を定め、普及が進みそうだ。

(※)チャットボット:「チャット」と「ボット」を掛け合わせた言葉で、ボットとは「ロボット」の略称。人間の問い掛け(テキストメッセージや音声)に対して、あたかも人間のように反応するようにプログラミングされたアプリケーション。代表的なものに「Siri(シリ)」などがある

スマートフォンが当たり前になり、年齢層を問わず、LINE(ライン)などで家族や友人とチャット(テキストによる会話)をする姿を見かけることが多くなった。

若年層ではネット検索して情報を探すよりも、知りたいことを詳しい人にピンポイントで尋ねられるチャットのほうが便利と考える人も増えている。企業でも、チャットによる接客がサービス向上、売り上げ拡大に役立ちそうだ。

こうした流れを受け、既に大手企業ではLINEの公式アカウントに「チャットボット」を組み込む例が広がっている。チャットボットとは、お客と自動で会話するロボットという意味だ。

例えばヤマト運輸のLINE公式アカウントでは、チャットボットを介して宅急便の到着日時を調べたり、再配達を依頼したりできる。人手を増やすことなく、顧客1人ひとりの問い合わせに対応できるようになった。

チャットで顧客対応を効率化



LINEのヤマト運輸公式アカウントでは、チャットで宅急便の到着日時の確認などができる

●LINEの国内ユーザー数

5400万人(2015年第1四半期)

↓

6800万人(2017年第1四半期)

※月間アクティブユーザー数(MAU)の値

電話対応が不要に… 続きを読む