

次世代インバウンドコンタクトセンターの展望

橋本 泰秀 上林 正則 松崎 文彦 櫻井 一成

Prospects of the Next-Generation Inbound Contact Center

Yasuhide Hashimoto, Masanori Kamibayashi, Fumihiko Matsuzaki and Kazushige Sakurai

コンタクトセンターは多くの企業で導入が進み、顧客接点の最前線、いわゆる企業の“顔”として位置付けられ、その役割と今後の期待は大きい。一方で導入一巡後の現在、課題解決と次フェーズに向けた新たな提案が求められている。本稿では、インバウンドコンタクトセンターの業務オペレーションに焦点をあて、現状の課題の解決策と、それらを実現する最新テクノロジーを含む次世代コンタクトセンターを展望する。

Many enterprises have introduced contact centers to their businesses, positioning them at the forefront of their contact with customers, or the so-called “face” of their enterprise. The function of these centers and the future expectations for them are both impressive. Meanwhile, those enterprises that have run a full cycle with their centers are now calling for business solutions and innovative proposals designed for the next phase. This paper focuses on the operations of inbound contact centers, and it considers the solution strategies for current issues, and the outlook for the next generation contact center, including new technologies for achieving these strategies.

Key Words & Phrases: コンタクトセンター, CRM, IVR, CTI, SOA
contact center, customer relationship management (CRM),
interactive voice response (IVR), computer telephony integration (CTI),
service oriented architecture (SOA)

1. はじめに

90年代前半より電話系システムインフラ基盤(PBX (Private Branch eXchange)/IVR (Interactive Voice Response)/CTI(Computer Telephony Integration)/FAX応答)の普及を背景に、多くの企業においてコンタクトセンターが導入された。90年代後半以降は、新たなチャネルとしてWeb、e-mailが加わることで、マルチチャネル化が進み現在に至っている。当初、業務の集中による効率化やコスト削減を目標に、簡易な受け付け/問い合わせ業務を行っていたコンタクトセンターは、現在では顧客接点機能と位置付けられ、対応業務も複雑になる中で一層の効率化とサービス品質向上が求められている。

一方で昨今は多くの企業でコンタクトセンター導入一巡後にあたり、コール数増大、業務/運用体制見直し、システム保守サービス切れなどの対応を含めたシステム更改のタイミングを迎えている。今まさに新たなソリューション提案が求められているのである。

一般にコンタクトセンターは、顧客からのコールを受け付けるインバウンドと、コンタクトセンターからコールを発信するアウトバウンド、その両方を行うブレンディングにタイプを分類できる。筆者らは、国内で最も導入事例の多いインバウンドコンタクトセンターの業務オペレーションに焦点をあて、現状の課題を明らかにし、それらの課題の解決策と、これからの時代の要件に対応する新しいテクノロジーをベースにした次世代コンタクトセンターを展望する。以下、2章で、コンタクトセンターの現状の課題を整理し、3章で、その課題の解決手段として期待される4つの基本技術について概観し、4章から7章で、各技術についてさらに詳しく展望する。最後に第8章で、今後の展開と課題についてまとめる。

2. 現状の課題

コンタクトセンターは、顧客接点として「お客様満足度向上」と業務効率化の観点で「生産性向上/コスト削減」を主な狙いとする。昨今は、キャンペーンなどによる売り上げ貢献や、コンプライアンス/個人情報保

提出日: 2006年2月28日 再提出日: 2007年3月14日

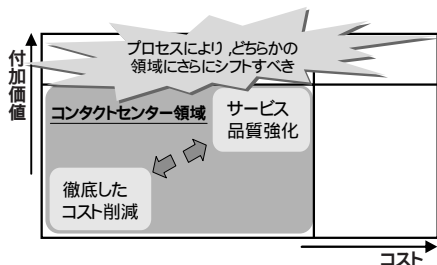


図1. コンタクトセンタービジネス領域

護の観点でリスクマネジメントも話題である。これらはいずれのコンタクトセンターにおける共通目標である。

「お客様満足度向上」と「生産性向上/コスト削減」という方向性の異なる目標を同時に達成するためには、図1のように、従来のコンタクトセンター対応領域をさらに層別し、低付加価値領域に対しては一層のコスト削減施策を実施すると同時に、一方でサービス品質強化領域へは高い専門スキルとモチベーションを持ったオペレーターをシフトする。また、それらの実現を支援し、かつ、ビジネス状況の変化に柔軟に対応できる新しいコンタクトセンター基盤が必要になると考える。これらを念頭に置き議論を進めたい。

図2は、実際の提案依頼書(RFP)やプロジェクト基本計画において筆者らが経験した「お客様満足度向上」と「生産性向上/コスト削減」に関連した課題とその原因である。多くは基本的な問題であり、依然として手作業や紙対応が多く、二重入力や例外処理に苦勞している様子が窺える。それらに加えて、商品や業務の複雑さに対応できる、より高度な専門知識が要求されている。

これらの結果、現場のオペレーターに大きな負荷がかかりモチベーション維持が難しく離職率が高くなっている。一方で新しいサービス対応や業務改善のシステムへの反映は時間とコストがかかる。このように、お客様満足度や生産性低下に加え、従業員満足度も著しく損なう課題の抜本的な解決が求められている。

図3は、現状のコンタクトセンターにおける主要な管理指標(Key Performance Indicator)である。サービスレベルの定義と指標による達成度は管理されているものの、現場レベルの平均値であるパフォーマンス指標が中心であるため、コンタクトセンター内の視点にとどまっておき、経営者や個々のお客様からの視点で不十分である。

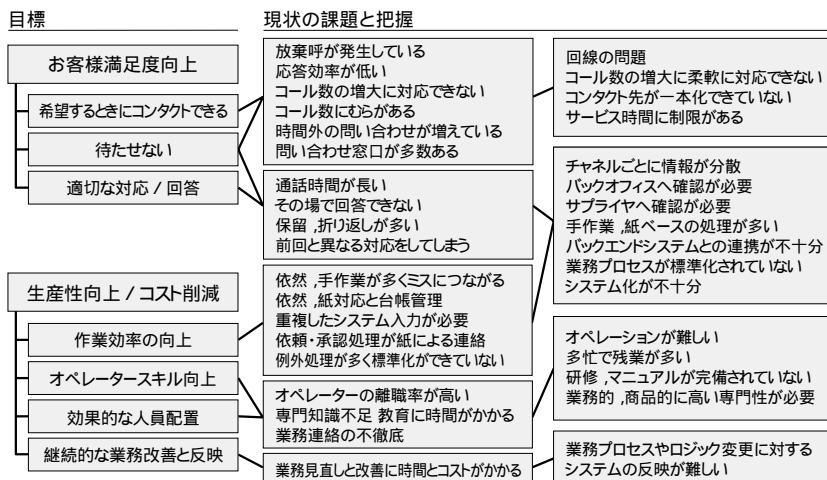


図2. 現状の課題と原因

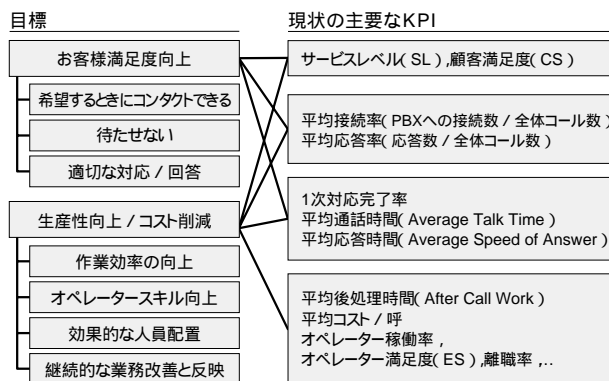


図3. 現状の管理指標(KPI)

3. 課題の解決策

以下は、業務プロセス改革と新たなソリューションによる課題の解決策である。

- (1) コール数増加に対し、サービス品質レベル維持とコスト増加を抑えるため、呼を減らす施策としてマルチチャネル化の観点で、Drive to IVR、Drive to Webで対応する。着信後は必要に応じてお客様を最適なオペレーターへ導く機能が必要である。また、各チャネルで同一サービスを提供するためにビジネスロジックの統合・共通化が必要である。
- (2) 専門化する業務知識への対応とオペレーター早期育成のために、業務専門型の機能別グループ体制が必要である。業務サービスをグループ化しワークフローにより迅速に処理を進める。その過程においては、基幹システムとの連携強化が必要になる。
- (3) 市場の変化、現場の改善要望、例外処理対応、バックオフィス連携などの業務プロセス改革に即応できるシステムが必要である。システム改善の時間/コスト削減のためには、ビジネスロジックを統合・共通化し、再利用性を考慮する。

- (4)オペレーターのモチベーション向上のために、オペレーター支援型のシステムの考慮と、インセンティブ導入やスキル育成などの施策を考慮する必要がある。
- (5)顧客接点にもかかわらず、コストセンターという性格上、必ずしも社内でフォーカスされていない現実がある。従来現場のパフォーマンス指標を超える見方を取り入れ、経営目標や顧客満足度に対する貢献や達成度を評価する仕組みが必要である。

これらの解決策を実現する次世代コンタクトセンターとして、以下の4つの基本技術が期待されている。

【基本技術1】

- 機能別サービスを提供するコンタクトセンターの実現
- ・ 仮想オペレーター(1次窓口拡張)と最適ルーティング
- ・ 機能サービスグループ対応によるサービス品質向上

【基本技術2】

- 業務プロセス「見える化」の実現
- ・ 「見える化」による問題発見と解決の実現
- ・ 経営視点・顧客視点の管理指標(KPI)導入

【基本技術3】

- 高い専門スキルとモラルを持ったオペレーター育成と維持
- ・ ITで対応する方法
- ・ 制度・仕組みで対応する方法

【基本技術4】

- 実現のためのアーキテクチャー(SOAによる実現)
- ・ プロセス統合とチャネル共通機能の実現
- ・ 柔軟な接続性と変化対応力に優れているアプリケーション基盤

次章からは、これらの解決策の具体的な実現方法について考察する。

4.【基本技術1】

機能別サービス提供コンタクトセンター

お客様対応を1度で済ませ、たらい回しにしないことを狙いとするワンストップサービスは、一見、効率的で利便性が高いが、現実的には横断的に業務専門スキルを持つオペレーター育成において難点がある。図4はワンストップと機能別サービスの比較であるが、難易度の高い業務対応の場合は機能別サー

ビスが有効と考える。

図5は、問い合わせ～契約までを想定した機能別サービスのモデルである。1次窓口は簡単な問い合わせ/資料請求などの業務をIVR、Webに任せ、さらに処理が必要な場合は各機能別グループへ転送する。サービス品質向上にはお客様を待たせずに迅速かつ最適にルーティングする仕組みが重要である。

4.1 仮想オペレーターと最適ルーティング

コールルーティング(顧客呼がコンタクトセンターに入呼してから切断されるまでの呼のフロー制御)におけるステアリング(呼の振り分け)時での課題として、コンタクトセンターへ電話する顧客は、多くの担当部署の中から自分の目指す担当部署へ迅速な接続を望んでいるが、なかなかその接続がなされない点が挙げられる。コンタクトセンターでは、全体の10～15%の作業を呼の振り分け業務に費やしている場合もある。

その解決策として、IVRの導入が考えられるが、IVR導入のメリットとして、IVRにて前振りをすることにより、有人グループを機能別に配置できるのは人材育成上、また要員維持の観点でコストメリットがあり、IVRにて自己完結(セルフサービス)型のメニューを実装すれば、有人数削減によるコストメリット、24時間

	定義	メリット/デメリット	適用業務
ワンストップサービス	1次受け付け後、お客様ご要望の関連作業すべて完了する考えのもと、設計、運用されているコンタクトセンター	お客様に対して、利便性やサービスの包括性をメッセージできるオペレーターの育成に時間とコストがかかる(育成後に離職の可能性)	フロントで完結できる簡易業務 ・ コモディティー商品受注 ・ 納期回答 ・ 予約受け付け 等
機能別サービス	1次受け付け後、必要に応じて専門グループへの転送を前提とする考え方で、設計、運用されているコンタクトセンター	専門分野に応じたオペレーターの育成ができる ルーティング化やワークフローを進める必要がある プロセス進捗状況の把握が必要	複雑な業務対応 ・ 商品問い合わせ ・ ヘルプデスク ・ 障害・修理受け付け ・ カスタム商品受注 等

図4. ワンストップ / 機能別サービス比較

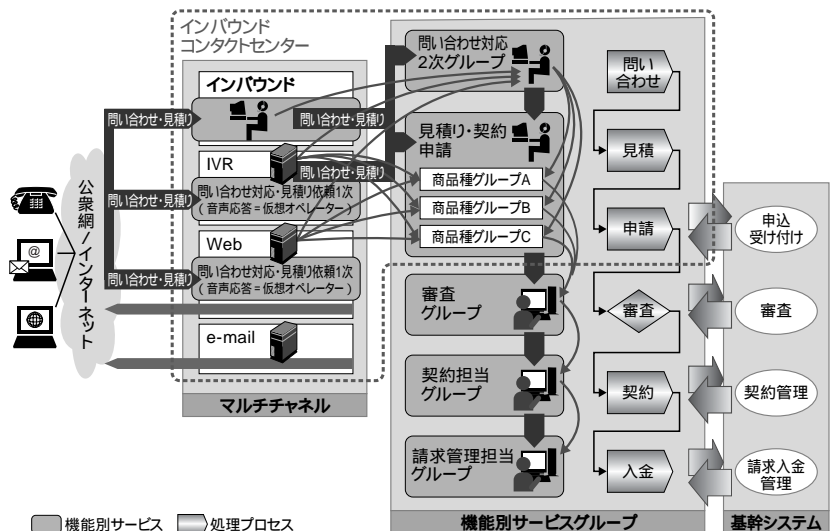


図5. 機能別サービスモデル

365日稼働等が容易になる点が挙げられる。

しかし、タッチトーンのみによる音声メニューを提供した場合、一般に音声メニューの階層が深くなり、顧客が望むメニューにたどり着くまで数回の操作が必要になる。その結果、利便性を損ない、音声メニューを聞き取るだけで通話時間が長引くという問題点がある。また、担当部署毎に外線番号を用意した場合、確かに部署指定で直接電話が掛けられるが、電話を掛ける顧客にとってそれらの番号は覚えきれず、メニューが追加されると毎回その外線番号の告知が必要となる。そこで、自然言語理解 (NLU: Natural Language Understanding) を用いた自由発話によるコールステアリングが考えられる(図6)。制限なく話される自由発話を認識し、キーワード・スポッティング(あらかじめ定めた言葉(単語や音節)を音声から抽出する技術)により最適なセクションへ接続することは、呼の振り分けに最適で、ユーザーに便利で負担感が少なく、コンタクトセンターの自動化率が向上する。この方法は、米国の大手キャリア、金融機関などで導入が進み、コールステアリングの主流になりつつある。

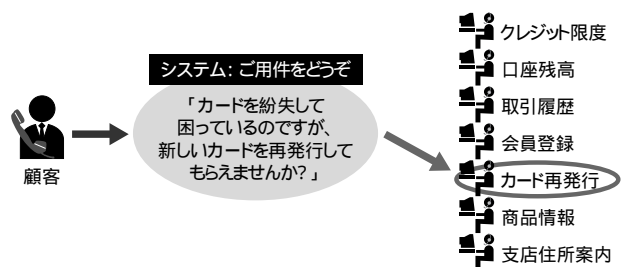


図6. NLUを用いたコールステアリング(参考文献2より引用/修正)

さらに仮想オペレーター(バーチャルエージェント)という役付けをされたシステムによるコールステアリングも有効である(図7)。IVRの中に1人の仮想オペレーターとしての人格(話し方、声質など)を定義し、そのコンタクトセンターのイメージキャラクター化する。それを支える音声技術は、IVRと高度に連携したNLUをサポートした電話音声認識と音声合成技術であり、カナダの大手キャリアで実装例がある[2]。

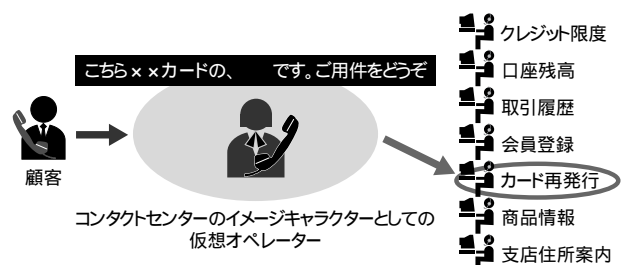


図7. 仮想オペレーターによるコールステアリング

最適ルーティングとしては、図8のようなデータベ

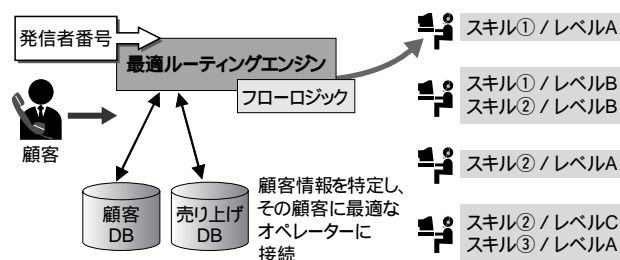


図8. 最適ルーティングの例

スを利用したスキル別ルーティングが代表的である。フローロジックとは、ルーティングエンジンの開発ツールで開発した、顧客呼をどのような判断基準で目標の内線番号にルーティングするかを記述した一種のアプリケーションである。

それ以外に、以下のような適用例がある[3]。

- (1) 顧客をセグメント化し、セグメント単位にサービスを差別化(ご年配、VIP対応など)
- (2) ラストエージェント対応(同じエージェントで対応し顧客の信頼を勝ち取る)
- (3) リトライ顧客の優先接続(ピーク時に繋がりにくい故に幾度もリトライ発信する顧客の不满を解消し、全体の放棄呼数を減らす)
- (4) 待ち時間アナウンス対応(放棄呼を減少させ、繋がり難い故のクレームを減らす)
- (5) ピーク時コールバック処理の自動化(ピーク時にセルフサービスを使用した顧客が有人対応を求めた場合、オフピーク時にコールバックしフォローアップする)

仮想オペレーターと最適ルーティングとの組み合わせは、顧客満足度向上と、コンタクトセンターの運用コスト削減を最適化する、高度な自動化ソリューションと言える(図9)。スケーラブルかつ高可用性なシステム構成が可能で、有用性が極めて高い。

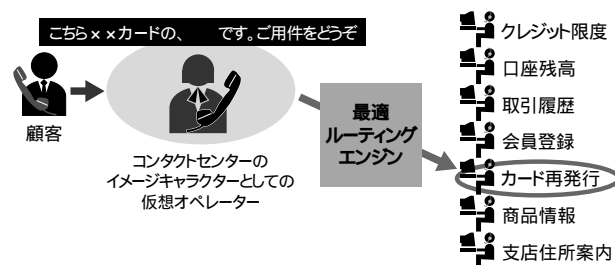


図9. 仮想オペレーターと最適ルーティング

4.2 機能別サービスグループによる対応

図5のように、1次窓口から最適グループである担当部署へ転送後、各グループは順次、業務処理を進める。業務プロセス化とワークフロー化により次工程へ迅速かつ効率的に処理を進めることができる。

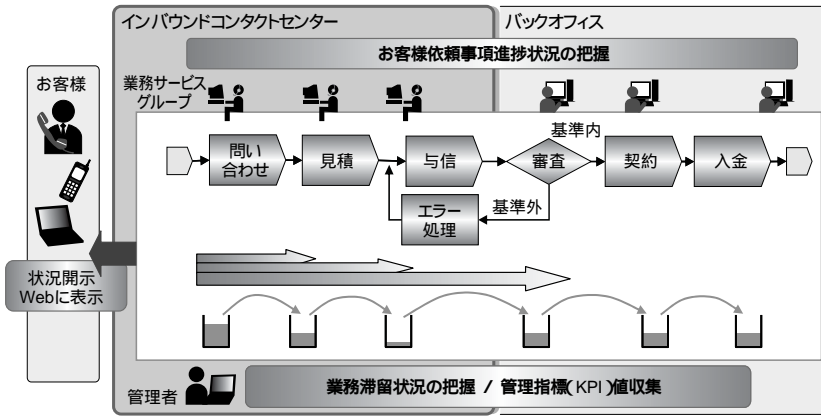


図10. 業務プロセスの進捗状況把握

5.【基本技術2】業務プロセスの「見える化」

機能別サービスを提供するコンタクトセンターでは、お客様ごとの進捗状況や滞留状況をリアルタイムに把握できる仕組みが必要である。

5.1 「見える化」における問題発見と対応

「見える化」の中核は「問題の見える化」である。現場レベルで異常や問題を「見える」ようにするのが、「見える化」活動の原点であり、出発点である[4]。図10のように、各業務プロセスを監視し次工程の待ち行列を確認することにより、リアルタイムに進捗状況や滞留状況を把握する。これにより、問題に対して迅速なアクション実施が可能になる。それらの情報は、チャンネル(とくにWeb)を通じてお客様へ開示することも重要である。

5.2 経営視点・顧客視点の管理指標(KPI)

図11のように、現状のKPIは、コンタクトセンター内の平均値である社内視点指標(=パフォーマンス指標)が中心である[1]。今後は、バックオフィスを含むより広い範囲を対象にした、経営視点やバックエンド視点の指標と、お客様視点に立った見方を考慮する必要がある。

	社内視点指標	顧客視点指標
経営(者)視点	コンタクトセンター全体の生産性、コンタクトセンターの売り上げ貢献度、顧客ロイヤルティ、顧客生涯価値(LTV)...	企業価値、企業イメージブランドイメージ...
コンタクトセンターとバックエンド視点	コンタクトセンターとバックエンドの生産性、ターンアラウンドタイム、稼働状況...	お客様それぞれの進捗状況、応答時間...
コンタクトセンター視点	平均応答時間、平均放棄時間、平均通話時間、平均コスト/呼...	お客様それぞれの応答時間、放棄時間、通話時間...

↑ これからのKPI可視化重点領域

← これまでの主なKPI

図11. これからの可視化管理指標

6.【基本技術3】オペレーター育成と維持

次世代コンタクトセンターを考慮する上で、機能、業務プロセス以外にも人材は重要である。顧客と接点のあるオペレーターは会社の顔であり、コンタクトセンターで一番コストがかかるのが人件費であるからである。文献[5]の中のアンケート結果でも、人材に関する項目に関心が高いことが紹介されている。よって、高いスキルを持った人材の定着率向上についての取り組みを積極的に

行い、離職率の低減化、オペレーターのキャリアアップに取り組む必要がある。以下に筆者らの考える施策を述べる。

6.1 ITで対応する方法

まず、図12の「ITでカバーする項目」についてそれぞれ補足する。①に関しては上述の機能別サービスにより、オペレーターが習得するスキル項目が明確になるため、高い専門スキルを持った人材を育成しやすい。②はワーク・フォース・マネジメントツールを有効に利用する。適切な呼量予測により最適人員を配置し、時間帯によるオペレーターの過不足をなくす。筆者らが構築したコンタクトセンターでも、余剰人員で暇なオペレーターが増えモチベーションが下がっているのを見た経験がある。③はオペレーターの対応を正しく公平に評価する仕組みによって、オペレーターのモチベーションを維持することを指す。また、了解を得た顧客に、アンケートを実施し、それを担当オペレーターへフィードバックする。顧客から評価されていることが判ればモチベーション維持に繋がると

【ITでカバーする項目】

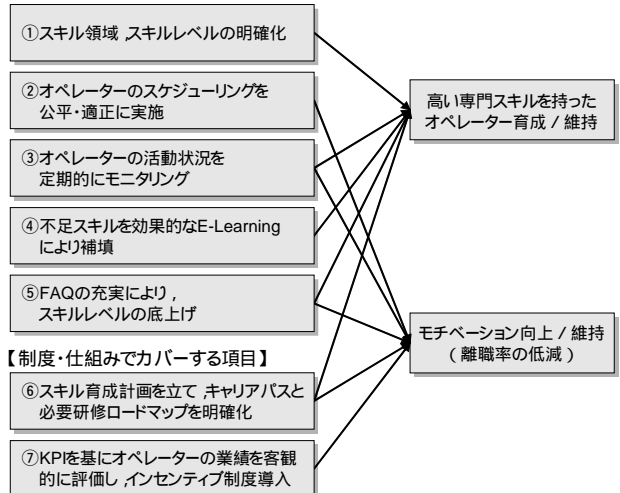


図12. オペレーター育成と維持するための施策

考える .例えば文献 6]で紹介されている不満足度調査(満足度調査だと顧客の本音が判り難い)は有効だと考える .④は従来の一律のプログラム提供ではなく ,日々のトランザクションよりオペレーターのスキルを分析・評価し個別のプログラムを配信してオペレーターを育成する仕組みが必要と考える .⑤は音声認識技術と自然言語理解技術を組み合わせた仕組みを指す .現状のFAQ機能は ,中々回答にたどり着けず有効利用できていないケースが多い .そこで先に述べた技術を用い ,顧客とオペレーターの会話をリアルタイムでテキスト化し ,単語ではなくその文章から意味を理解し該当する回答候補を表示する仕組みを構築する .

6.2 制度・仕組みで対応する方法

次に ,図12の「制度・仕組みでカバーする項目」について補足する .⑥に関しては一定期間経過してからの離職率が高いコンタクトセンターに有効と考える .逆に⑦は早期の離職率が高いコンタクトセンターに有効と考える .KPI測定ツールにより ,公正に評価し賃金に反映させる必要がある .

ここまで述べてきた施策により ,高い専門スキルと高いモチベーションを持ったオペレーターを育成 / 維持することは ,最終的に「顧客満足度向上」,「生産性向上 / コスト削減」に繋がる .高い専門スキルを持つことは ,対応内容が良くなる可能性が高い (実際は単に知識が豊富なだけでなく ,顧客の真のニーズを把握し ,顧客の理解状況に合わせた対応が必要)また ,モチベーションが高いとパフォーマンス向上や離職率低減が期待される .

7 .【基本技術4】実現のためのITアーキテクチャー

7.1 全体のアーキテクチャー

次世代コンタクトセンターのアーキテクチャーを図13に示す .アーキテクチャー全体の主なポイントとしては以下のとおりである .

(1) SOAベースのアーキテクチャー

バックオフィス業務をサービス単位で実装し ,業務プロセスを柔軟に変更可能にする .またBPM (Business Performance Management)プラットフォームを

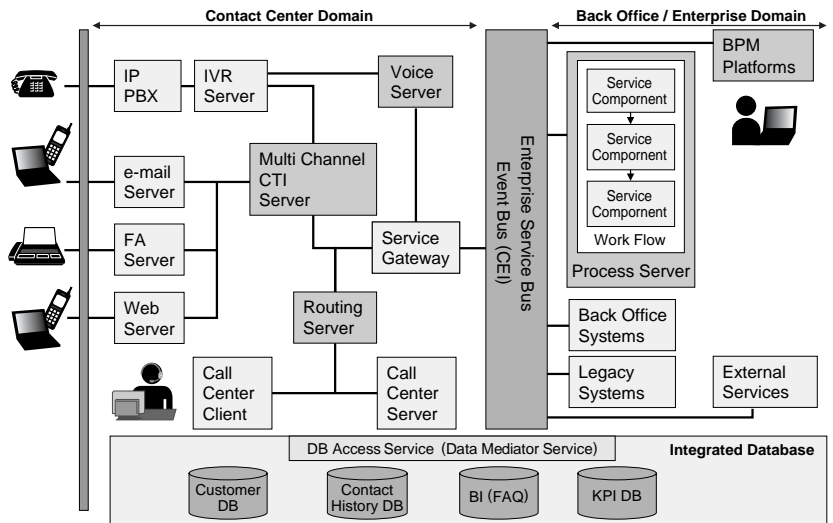


図13.アーキテクチャー全体図

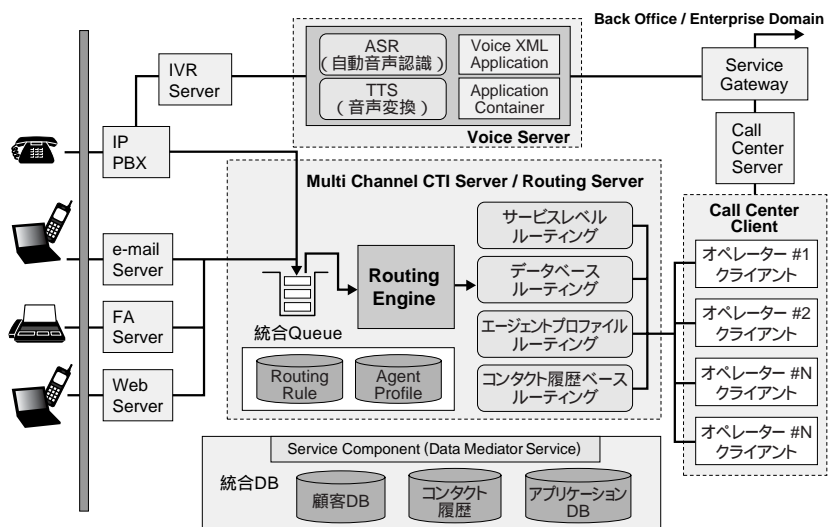


図14.コンタクトセンタードメイン

導入し ,KPI取得によるビジネスパフォーマンスモニタリングを実現する (SOAに関しては[7]を参照)

(2)コンタクトセンタードメインとバックオフィス / エンタープライズドメインの統合

コンタクトセンターのフロント業務とバックオフィス業務を統合し ,プロセスフロー化する .両ドメインはサービスゲートウェイまたはESB (Enterprise Service Bus)で接続される .この統合により ,バックオフィス / エンタープライズアプリケーションは顧客対応のためのサービスコンポーネントと位置付けることができる .

(3)統合データベース

顧客 ,コンタクト履歴 ,アプリケーションの各DBは一元管理された統合データベースとする .統合データベースは可能なかぎり標準技術を用いた統一的なアクセスサービスによって使用する .

7.2 コンタクトセンタードメインの実装技術

コンタクトセンターのドメインのコンポーネントと実装技術を図14に示す。主なコンポーネントと適用可能な製品は以下のとおりである。

(1) マルチチャネルCTIおよびルーティング

電話、Web、FAX、e-mailからの問い合わせを一元的にキューイングし、あらかじめ設定したルールに基づいて最適なオペレーターにルーティングを行う。ルーティング条件のインプットを統合データベースにすることにより、顧客の様々な情報によりフレキシブルなルーティングが可能になる。例を挙げると注文履歴や口座残高などのアプリケーションデータベース情報から見込み客と判断された場合はより熟練度の高いオペレーターにルーティングするなどの対応が可能になる。実装のための製品としてGenesys社のICS(Internet Contact Solution) [8]およびERS(Enterprise Routing Solution) [9]が挙げられる。

(2) ボイスサーバー

仮想オペレーター(バーチャルエージェント)と音声対応のアプリケーションを実現するコンポーネントである。自動音声認識機能とテキストの音声変換機能をベースとする。また変換後の音声をXML文書化し、そのデータをインプットとしたアプリケーションを実装可能である。

7.3 バックオフィス/エンタープライズドメイン

バックオフィス/エンタープライズドメインのコンポーネントと実装技術を図15に示す。主なコンポーネントと適用可能な製品は以下のとおりである。

(1) プロセスサーバー

SOAに基づいたプロセスフローを実装する。サービスをSCA(Service Component Architecture) [7]のサービスコンポーネントとして実装し、ビジネスロジックやビジネスルール、サブプロセス、外部システムとワイアリングする。これにより変化対応力のあるアプリケーションが構築可能となる。IBM WebSphere® Process Serverが適用可能である。

(2) BPMプラットフォーム

ビジネスパフォーマンスマネジメントを実現するコンポーネントである。プロセスフローから送られる

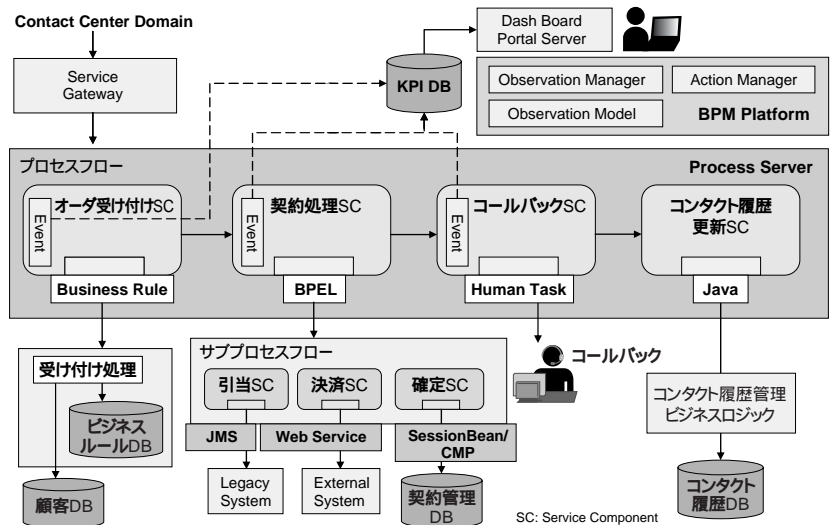


図15. バックオフィス/エンタープライズドメイン

イベント(CBE : Component Based Event)をKPIデータベースに格納し、あらかじめ設定したイベント検知モデルに従って、アクションを起動する[10]。その結果をダッシュボード画面に表示させることが可能である。IBM WebSphere Business Monitorが適用可能である。

8. おわりに

本稿は、オンデマンドビジネスにおける次世代CRMソリューションタスクの展望の一部をまとめたものである。市場競争を勝ち抜くためには、継続的な業務改革と変化対応力に優れているシステム構築が重要である。マルチチャネルと機能別サービスを提供するコンタクトセンターは、SOAによるプロセス統合化により「見える化」と柔軟性の高いシステムを実現し、企業目標を強力に推進するであろう。本稿における考察が今後のCRMビジネスと次世代インバウンドコンタクトセンター構築の一助になれば幸いである。

現在これらの考察を含めた提案活動を積極的に実施中である。SOAによるプロセス統合の実績はまだ少ない。PoC(Proof of Concept)を立ち上げ実証を急ぎたい。また、コンタクトセンターは、インバウンド/アウトバウンド、業務オペレーション/分析系で相関が非常に強くかつ論点の幅が広い。引き続き次世代の考察を深掘りし、SOAをベースにした新たなソリューションの確立に貢献したい。また次世代コンタクトセンターのITアーキテクチャーおよび実装技術は、現時点では検討途上である。今後さらに詳細な検討および実証を行い、アーキテクチャー編として上梓したい。

参考文献

- [1]Computer TELEPHONY：“ハイパフォーマンスへの挑戦”生産性 / 品質 / コスト - KPIを左右する“サービスレベルの変動”』, (2004.10).
- [2]Nuance：“ニュアンスの提供する最新音声ソリューション & 活用事例, (2004-3).
- [3]Genesys：“Genesysレーティング紹介,” (2003.9).
- [4]遠藤功：“見える化 強い企業をつくる「見える」仕組み,” 東洋経済新報社 (2005.10).
- [5]田口浩：“センターパフォーマンスを向上させるモチベーションマネジメント,” コンタクトセンター・マネジメント, Vol.22 (2005.12).
- [6]Computer TELEPHONY：“トップ・ツー・ボックス値では判らない!! 『不満度調査』で顧客の真意を掴む, (2006.2).
- [7]IBM：“Building SOA solutions with the Service ComponentArchitecture,”http://www.ibm.com/developerworks/websphere/techjournal/0510_brent/0510_brent.html (2006.2)
- [8]Genesys：“Internet Contact Solution,” *Sales Kit Rev.4* (2004.1).
- [9]Genesys：“Universal Routing Sales Pres,” *Sales Kit Rev.4* (2004.2).
- [10]IBM：“Using the Common Base Event in the Common Event Infrastructure,” *IBM WebSphere Developer Technical Journal* (http://www.ibm.com/developerworks/websphere/techjournal/0408_watkinson/0408_watkinson.html) (2004.8)



日本アイ・ピー・エム株式会社
グローバルISVソリューションズ
ISVソリューション・センター
ITアーキテクト

橋本 泰秀 Yasuhide Hashimoto

[プロフィール]

1989年日本IBMに入社 .東京基礎研究所にて音声認識 / 合成の研究・製品開発に従事 .1996年より現行組織の旧組織に転属し、以後コール・センターなどのコンタクト・センター・ソリューションのプリセールスSEとして、金融のお客様を中心に多数の案件の提案、構築プロジェクトに従事 .

e20857@jp.ibm.com



日本アイ・ピー・エム株式会社
ソフトウェア事業
SWソリューション開発
ICP-アドバイザーITアーキテクト

上林 正則 Masanori Kamibayashi

[プロフィール]

1991年、日本IBM入社 .オープン・システムおよびe-ビジネスを推進する組織で金融系のお客様を中心にWebアプリケーション構築基盤、システム連携基盤の設計、導入支援を実施 .昨年はオンデマンド・ビジネスにおける次世代CRMのセリング・PoCを推進し、現在はソフトウェア事業にてSOAおよびWeb2.0テクノロジーを軸とした提案活動を実施中 .

e25095@jp.ibm.com



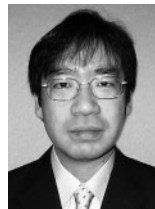
日本アイ・ピー・エム株式会社
グローバルISVソリューションズ
ISVソリューション・センター第二
主任ITスペシャリスト

松崎 文彦 Fumihiko Matsuzaki

[プロフィール]

2000年、日本IBM入社 .ISV(独立系ソフトウェア・ベンダー)製品のテクニカル・サポート部隊に所属し、ORACLE製品の中でSIEBELを担当 .主にコール・センターやSFAなどの、CRM案件に関する提案活動やプロジェクトに参画 .

fmatsuz@jp.ibm.com



日本アイ・ピー・エム株式会社
グローバル・ビジネス・サービス
アプリケーション・サービス
銀行第一プロジェクト・第二開発部
担当部長

櫻井 一成 Kazushige Sakurai

[プロフィール]

1988年、日本IBM入社 ,GB事業部において流通 / サービス業のお客様に対してシステム導入・開発を実施 .1999年以降は、サービス部門においてCRM、e-ビジネス領域を中心にプロジェクトを担当する .昨年はオンデマンド・ビジネスにおける次世代CRMのセリング・PoCを推進、現在は銀行プロジェクトを実施中 .

e20454@jp.ibm.com