

SAP

e コマースに新たな力を注入： 実践的な AI 戦略で CX をレベルアップ



目次

- 3 卓越した CX の創出：
e コマースにおける AI の役割
- 4 チャットボット、販売、
カスタマーサービスおよび
製品のコンテンツ管理、画像検索
- 5 AI を活用したカタログ管理：
ケーススタディー
- 8 実際の成果



卓越した CX の創出：e コマースにおける AI の役割

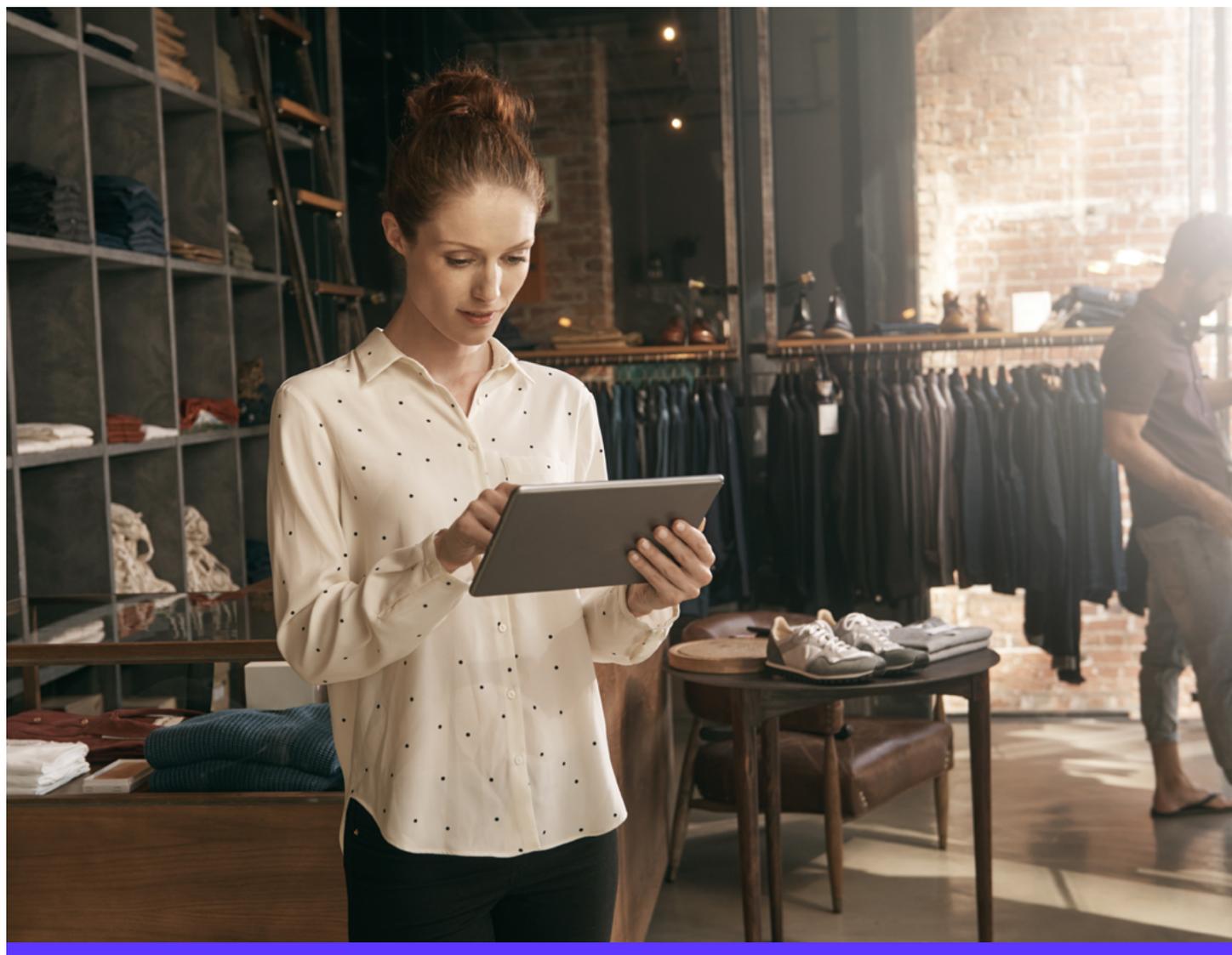
AI はもはやトレンドワードではありません。日常生活の根幹に組み込まれており、私たちが気づかないうちにさまざまな形で利用されています。AI は e コマースにも浸透しており、ショッピングエクスペリエンスのあらゆるプロセスの強化に役立っています。

今日のグローバル経済下では、販売は 24 時間 365 日行われており、顧客は世界中のどこにいても商品を購入できます。つまり企業には、常に最高のパフォーマンスを発揮し、顧客ニーズに応え、最適なカスタマーエクスペリエンス (CX) を提供することが求められているのです。これらの実現に役立つのが AI です。e コマースにおける AI の適用分野には、以下のものがあります。

- **チャットボット**：24 時間 365 日対応するインテリジェントなカスタマーサポートの提供
- **販売**：プロセスの自動化による、より深いインサイトの取得

- **カスタマーサービス**：よくある問い合わせを AI に任せることで、担当者はより複雑な問題に集中することが可能
- **製品コンテンツの管理と画像検索**：製品説明の効率的な作成および更新

AI を活用してデータをリアルタイムに収集し、分析することで、e コマース企業は業務効率を高め、顧客一人ひとりの好みや行動に基づくパーソナライズされたカスタマーエクスペリエンスを提供できるようになります。



チャットボット

チャットボットを活用することで、e コマースは 24 時間 365 日体制の顧客サポートを提供できます。チャットボットは、定型的で要領を得ない応答しかできないものから、訪問者と効果的にコミュニケーションを図れるニュアンスに富んだ「インテリジェント」なものへと進化しており、シームレスなブランドエクスペリエンスの提供が可能です。チャットボットにより、以下を実現できます。

- より人間的なやりとりや会話の実現
- 顧客からの質問や要望に対し、有用な回答を提供
- 常時待機、24 時間 365 日対応可能
- 最も効果的だった回答を記憶し、時間の経過につれて進化
- 個々の顧客に関連するパーソナライズされた提案の提供

販売

世界がどれほど変化しようとも、商取引の根幹が販売であることは変わりません。AI は、見込み客の発掘から販売、アフターサービスに至るまで、e コマースにおけるカスタマージャーニー全体を支援します。販売活動における予測やレポートに AI を活用することで、以下が可能です。

- 事後対応ではなく、先を見越した販売活動
- 顧客の行動パターンを時間の経過とともに把握し、適切なインサイトを取得
- 顧客の意向を的確に見きわめ、その意向に最適なオファーを自動的に提案

カスタマーサービス

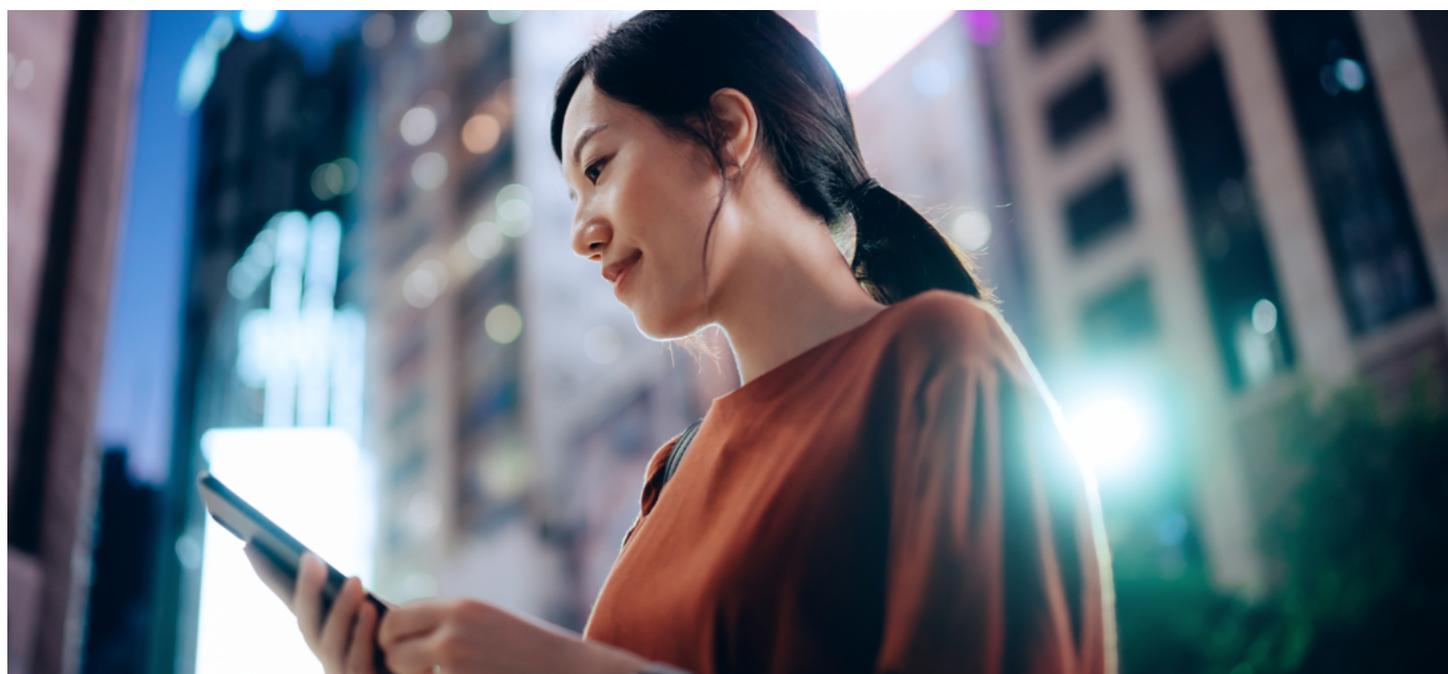
競争の激しい今日の経済下では、卓越したカスタマーサービスの提供が不可欠であり、AI は e コマースにおける重要な役割を担っています。ブランドや企業は、AI を活用することで最も重要なことである顧客満足度の向上や顧客の懸念解消に注力できるようになります。しかも AI なら、時間も曜日も問いません。

製品コンテンツの管理と画像検索

AI を活用することで、重要なデータや情報を追跡・整理できるため、在庫管理から製品のカタログ化にわたるシームレスなカスタマーエクスペリエンスの提供が可能です。膨大な点数の製品説明の作成には、多大な労力とコストを要します。しかし、このプロセスは AI で自動化が可能です。AI は以下のプロセスを支援します。

- 製品説明を迅速に作成し、1 時間に数千件のペースで更新
- 顧客ニーズが最も高い部分の詳細を強調
- 製品説明がニーズに合致していない場合の分析と更新

今こそ AI を取り入れ、AI がコマースの世界やその他の領域にもたらすあらゆるメリットを活用するときです。





AI を活用したカタログ管理：ケーススタディー

AI は e コマースのさまざまな領域にメリットをもたらしていますが、とりわけ大きな効果を発揮しているのがカタログ管理です。従来、膨大な製品カタログの管理は大変困難な作

業で、課題も多くありました。しかし今、このプロセスを画期的なソリューションである AI によって変革し、リアルタイムの正確さと効率で管理できるようになりました。

カタログ管理の課題

今こそ、デジタルコマースやマーチャンダイジングのマネージャーが B2B e コマースの大きな課題である「製品カタログの管理」に取り組むときです。何千もの製品と無数の詳細事項を前にして、すべての情報を最新に保つのは頭痛の種となっていることでしょう。

どの製品であれ、更新の際は、細部に至るまで細心の注意を払う必要があります。それでもミスは生じやすく、情報の不一致が顧客の不満を招き、ブランドの信用を損ねてしま

可能性があります。手間がかかり、遅延しがちな従来の更新方法では、市場ニーズのスピードに対応できません。このようなプロセスでは、問題が雪だるま式に悪化しかねないため、修正の際には、すでに手一杯のチームに大きな負担をかけることになります。

AI は、こうした課題に対応し、大規模なプロセス変革を実現する力をもたらします。では、従来の手作業と AI によるアプローチを比較してみましょう。



従来の方法

長く、複雑で、骨の折れるプロセス。 製品リストを手作業で更新するのは、大変な作業です。担当チームはノートパソコンにかじりつき、製品情報の追跡、説明文の執筆、複雑な写真撮影の手配など、あらゆるタスクを猛スピードで行わなければなりません。しかもそれは、氷山の一角にすぎません。画像の撮影後には、アップロード、タグ付け、ダブルチェック、承認、公開というプロセスが待っています。実に多大な労力が必要です。これでは、製品説明における一貫性の欠如、情報の陳腐化、一部の製品における完全な情報の見落とし、といったミスが生じるのも無理はありません。

例として、ホテルのバスルームに取り付ける業務用の鏡について考えてみましょう。従来のプロセスで、この製品が潜在的な購入者の目に触れるようにするには、以下のプロセスが必要でした。

- メーカーからサンプル品を取り寄せる。
- 画像を制作し、整理する。
- 製品の詳細と技術仕様を執筆する。
- 製品の安全基準を確認する。
- こうしたすべての情報を手作業でシステムに入力する。

このプロセスを何百何千とある製品に適用してみましょう。抜け漏れが生じるのも無理はありません。

主な課題

- ミス発生のリスクが高いこと：手入力のため、ミスが発生する可能性が高い。
- 一貫性のない製品説明：記述がばらつくことで、ブランドの一貫性が損なわれる。
- 時間がかかること：情報の更新や確認に手間がかかる。
- 拡張性の問題：製品数が増えるにつれ、プロセス管理が困難になる。
- 情報の陳腐化：手動プロセスにより、更新の遅延が生じる。



新しい方法

AI 主導のカタログ管理ソリューション。 AI でプロセスを自動化し、リアルタイムの正確性と効率を確保することで、カタログ管理が大きく変わります。AI システムに製品データを入力すると、その情報はさまざまな方法で処理されます。そのプロセスは以下のとおりです。

まず、AI が生データを分析して詳細な製品説明を生成します。人間が作成する説明とは異なり、AI は、関連するすべての技術情報、機能、メリットなどの重要情報を漏らさず記述します。こうした一貫性により、すべての製品リストで同じ高水準の正確性が保たれます。

次に、AI が各製品に適切なタグを提案し、検索性と SEO（検索エンジン最適化）を向上させます。AI が、現在のトレンド、顧客行動、製品属性を分析し、顧客が探しているものに合致するタグを生成するため、製品は顧客の目にとまりやすくなります。

さらに、AI が生成するのはテキストだけではありません。製品の画像も生成できます。高度な画像生成およびエンハンス技術により、さまざまな背景や使用状況で製品を表示する高品質な画像を作成できます。そのため、大がかりな写真撮影が不要になり、製品のビジュアル更新も迅速に行えるようになります。

AI を活用することで、担当チームの役割はデータの手入力から戦略的な監督業務へとシフトします。具体的には、AI が生成するコンテンツのレビューと改善を行い、それらをブランドのトーンや品質基準に適合させる業務が主となります。AI は、こうした調整から学習し、成果物の品質を継続的に向上させます。そのため成果物は、組織に特有の要件やプリファレンスにますます適合するようになります。

業務用の鏡を例にとると、AI で以下のことが可能です。

- 詳細な技術仕様がすべて記述された製品説明の生成。
- 製品属性に基づく「くもり止め加工」や「LED 内蔵」といったタグの提案。
- 鏡のさまざまな設置例を表す画像の作成。

担当チームが行うのは、最後の仕上げだけです。その結果、カタログ全体にわたって一貫性のある最新の詳細なリストを作成できるため、チームは反復的な作業から解放され、戦略的なイニシアチブに注力できるようになります。

メリット

- 効率の向上：定型業務の自動化により、担当チームは戦略的なイニシアチブに注力できる。
- 満足度の向上：一貫性のある詳細な製品リストにより、顧客の信頼とロイヤルティが向上する。
- 先を見越した管理：AI がニーズや更新を予測するため、カタログの有用性を常に保てる。

- ミスの削減：自動化されたプロセスにより、ミスが発生するリスクを最小限に抑えられる。
- 拡張性：製品数が増えても、チームの作業量を増やすことなく簡単に管理できる。

AI の機能

ここまで見てきたように、AI ツールや e コマースプラットフォームで、製品の基本データを実用的なコンテンツに変え、さまざまなソースのデータを統合し、関連情報を収集して、読みやすい製品説明、関連タグ、高品質な画像を作成できるようになります。こうしたクリエイティブなプロセスのほかにも、エンティティ抽出、製品の Kategorization、タグ提案に役立つビジネスインサイトを AI ツールから取得できます。リアルタイムアップデート機能により、製品情報を常に正確で最新の状態に保てるようになります。

カタログ管理を強化する AI の能力は広範囲にわたります。AI は、大規模なデータセットから主要製品の詳細を自動的に抽出し、製品を関連カテゴリーに整理し、関連タグを生成して製品の検索性を高め、製品画像を作成して正確にタグ付けを行います。AI を活用することで、製品ごとにコンテキストと詳細情報を把握し、パーソナライズされた効率的なカタログ管理を実現できます。





実際の成果

以下のシナリオで、AI の活用状況を想像してみましょう

e コマースのマネージャー、またはデジタルマーチャンダイザーが包括的な製品データを受け取ります。直ちに AI が製品仕様を分析して、製品説明を生成し、適切なタグ付けを行い、さまざまな設定で製品を表示する画像を作成します。AI の生成物は、手動プロセスによるものよりも迅速かつ正確で、高度にパーソナライズされています。顧客は詳細かつ一貫性のある情報を得られるため、購入の意思決定を簡単に行えます。

カタログ管理への AI の導入は、未来に向けた一歩となります。チームは反復的なタスクから解放され、イノベーションや戦略に力を注げるようになります。AI 主導のアプローチは新たな可能性を広げ、製品の検索性を強化し、顧客満足度を高め、成長を促進します。

B2B e コマースの世界は急速に進化し、AI はその変革の最前線にあります。高度な AI ツールを統合することで、製品カタログの正確性と魅力を高め、常に最新の状態に保つことができます。AI が実現する未来のカタログ管理を取り入れましょう。今こそ着手するときです。

SAP CX AI Toolkit で、販売、サービス、e コマースチームを強化しましょう。反復的なタスクを合理化し、エンタープライズデータからインサイトを引き出し、卓越したカスタマーエクスペリエンスを提供できるようになります。

