



コンテンツ収益化を支える AWS クラウド技術とその活用

前川 泰毅

ソリューションアーキテクト

アマゾン ウェブサービス ジャパン合同会社

自己紹介

前川泰毅 / Taiki Maekawa

アマゾン ウェブサービス ジャパン合同会社
技術統括本部
ストラテジックインダストリ技術本部
メディアグループ メディアソリューション部



経歴

機械学習エンジニア / フルスタックエンジニア (Web, Mobile, IoT) / データアナリスト

好きなAWSサービス

Amazon Bedrock, Amazon SageMaker, AWS CDK



Agenda

- Monetize の動向/課題
- マネタイゼーションソリューション
 - 広告
 - カスタマー360
- Monetize における AI/ML の活用
- まとめ

Monetize のトレンド/課題

Monetize | 求められている事

多角化するコンテンツ配信・マネタイズ手法の中で、視聴者を理解し収益化に繋げることが求められている



マネタイズ手法の多角化
配信ビジネス選択肢増加



クロスプラットフォーム
での視聴データ取得



プランニングと
広告在庫の最適化

コンテンツの収益化



広告



カスタマー360



ライセンス



サブスクリプション

コンテンツ所有者

ディストリビューター

プラットフォーム

広告

広告収益シェア

インベントリシェア

ダイレクトセールス

プログラマティック

広告ソリューション



マルチプラットフォーム広告ソリューション



01.

リニア広告スタックとデジタル広告スタックを統合して簡素化することで、広告収益を増やします



02.

データサイエンスと機械学習主導の最適化による収益の最大化



03.

民主化された測定により、統一されたマルチプラットフォームアトリビューションを実現



04.

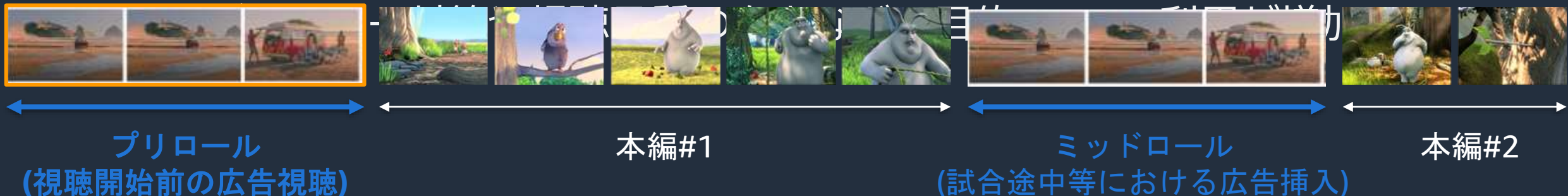
次世代広告

広告ソリューション 一般的な構成



コンテンツ配信における広告挿入

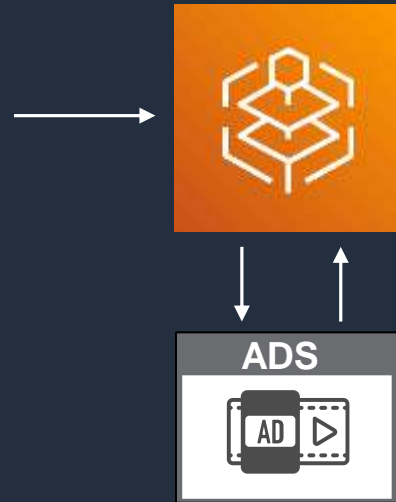
- 広告は貴重な収益源
 - 無料配信だけでなく有料配信でもスポンサー向け広告枠を用意することも
- 広告の挿入タイミング
 - イベント前後のプリロール・ポストロール
 - インターバルのミッドロール
- SSAI (Server-Side Ad Insertion) > CSAI (Client-Side Ad Insertion)



AWS Elemental MediaTailor

サーバーサイドのパーソナライズド広告挿入 (SSAI)

- HLS or DASH manifest (contain ad break markers)
- Query Parameters for ADS



- HLS or DASH manifest
- Personalized ad content (On the fly transcoding)

- 視聴者にパーソナライズされたコンテンツを提供 ⇒ 広告視聴効率の向上
- オン・ザ・フライトランスコーディングにより視聴者のストレスを軽減
 - 挿入するコンテンツのビットレート/解像度をプライマリコンテンツに合わせる
- プレーヤーサイドでの広告ブロッカーの影響を低減
 - プライマリコンテンツと広告コンテンツを同じように扱えるようにマニフェストを作成
- クライアントおよびサーバーサイドの広告レポート作成
- 複数のパッケージャー、オリジンプロバイダー、CDN とインテグレート可能

広告ブレイク検出

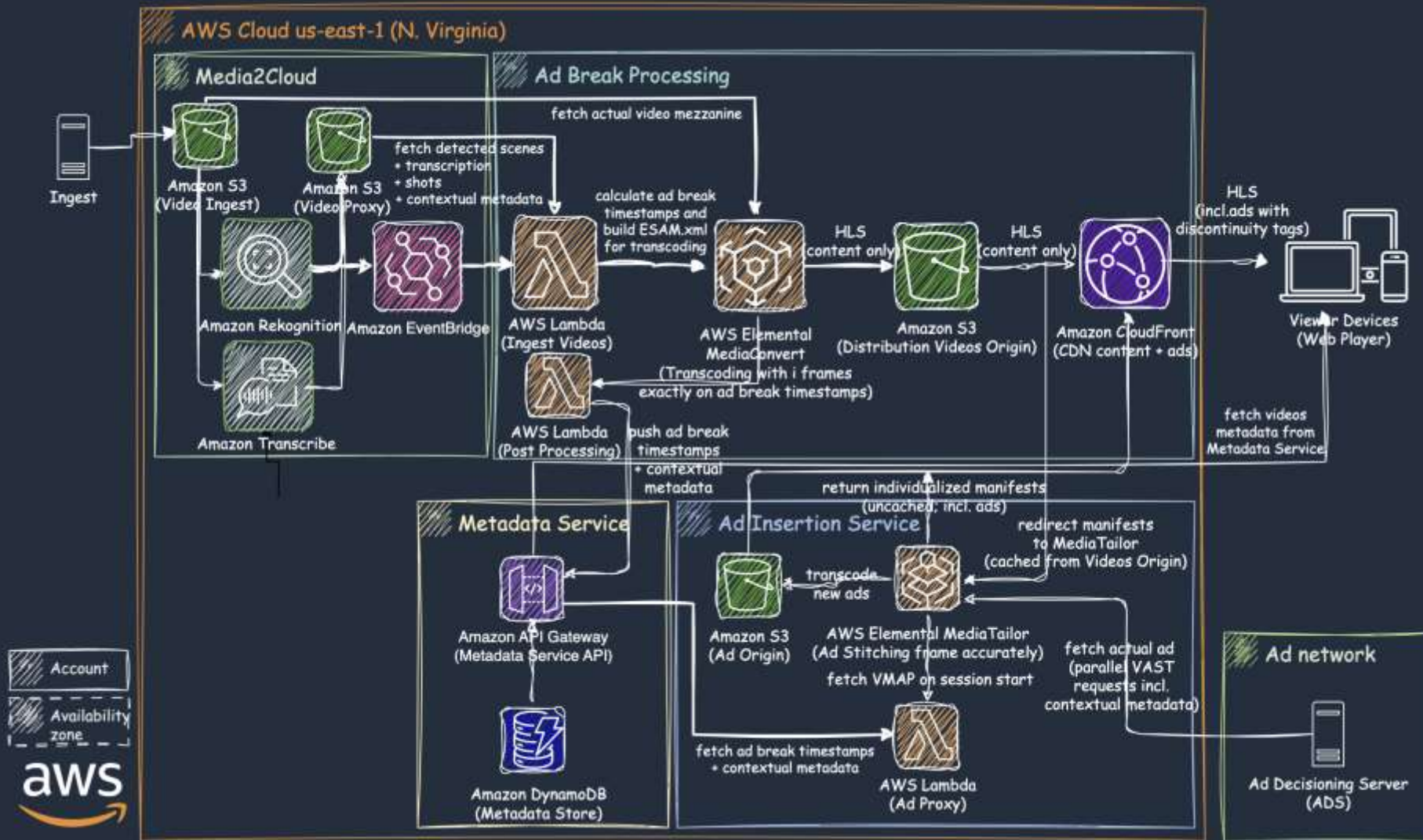
機械学習を使用したショットを跨いだシーン認識

ショット間のつながりを分析し、適切なシーンの遷移を検出し広告を挿入可能



広告ブレイク検出

機械学習を使用したショットを跨いだシーン認識



ダイナミック広告挿入 – 新たな広告フォーマット

視聴体験を損ねない広告体験

オーバーレイ広告



フレーム広告



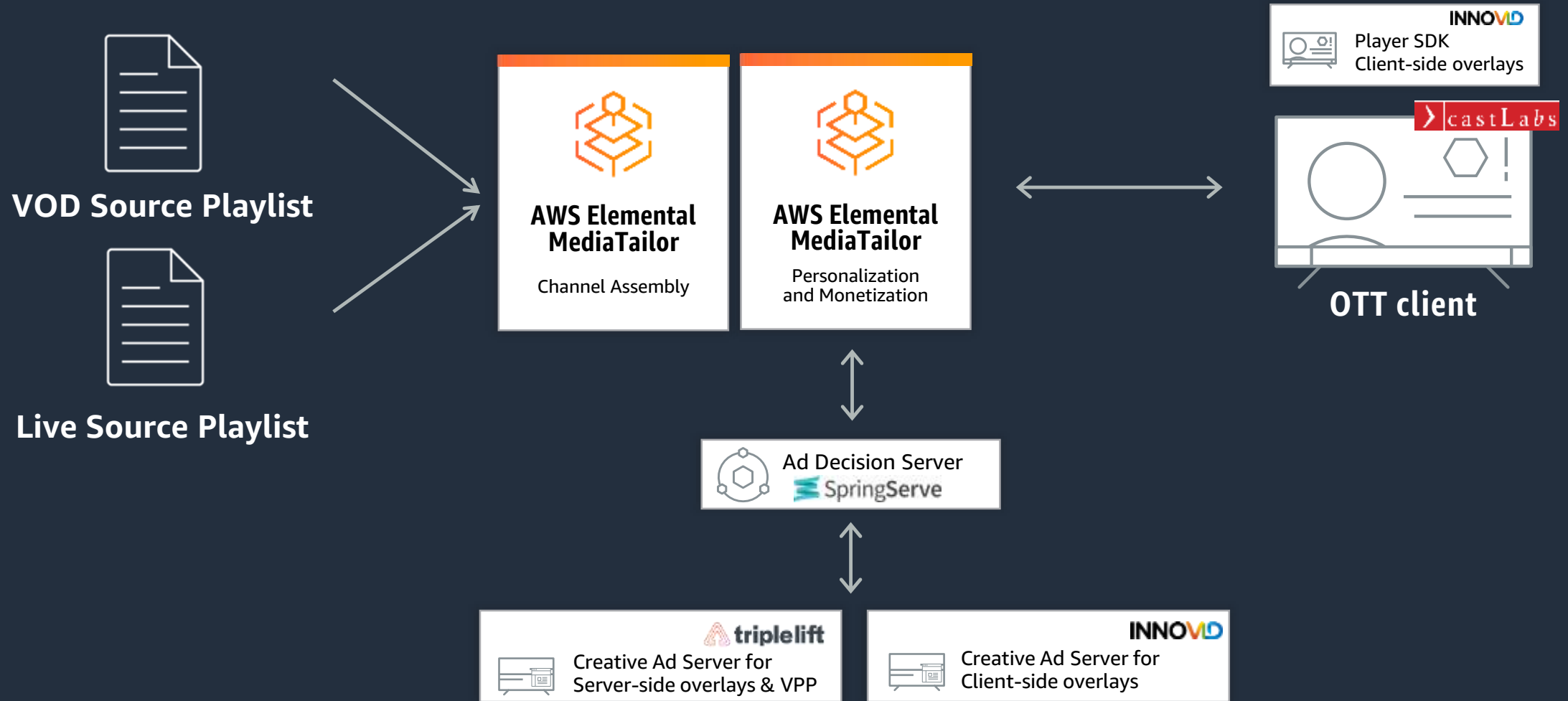
シーン内広告



同一の MediaTailor 設定でデバイスの機能に左右されずに複数のデバイスに対してセッションレベルで広告管理が可能

ダイナミック広告挿入 – 新たな広告フォーマット

視聴体験を損ねない広告体験



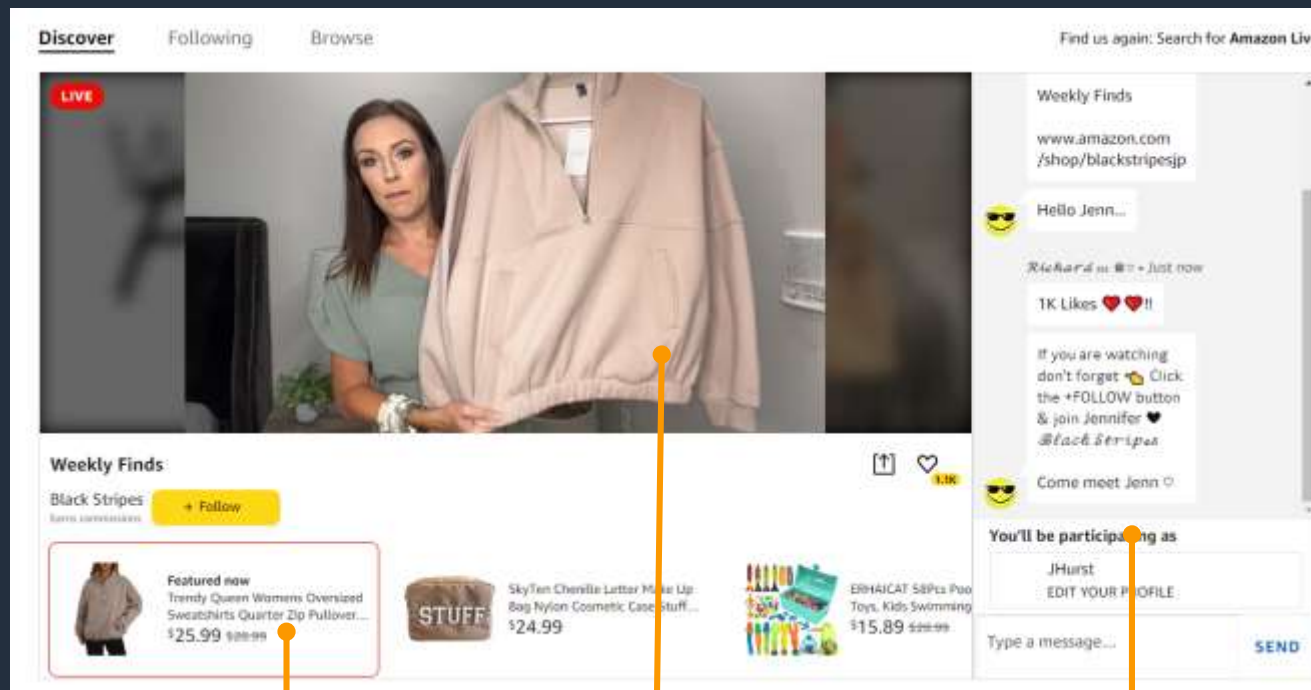
Shoppable Video

動画と関連する商品のシームレスな購買体験



Video
Broadcasting

Influencer or Brand
Hosting Event



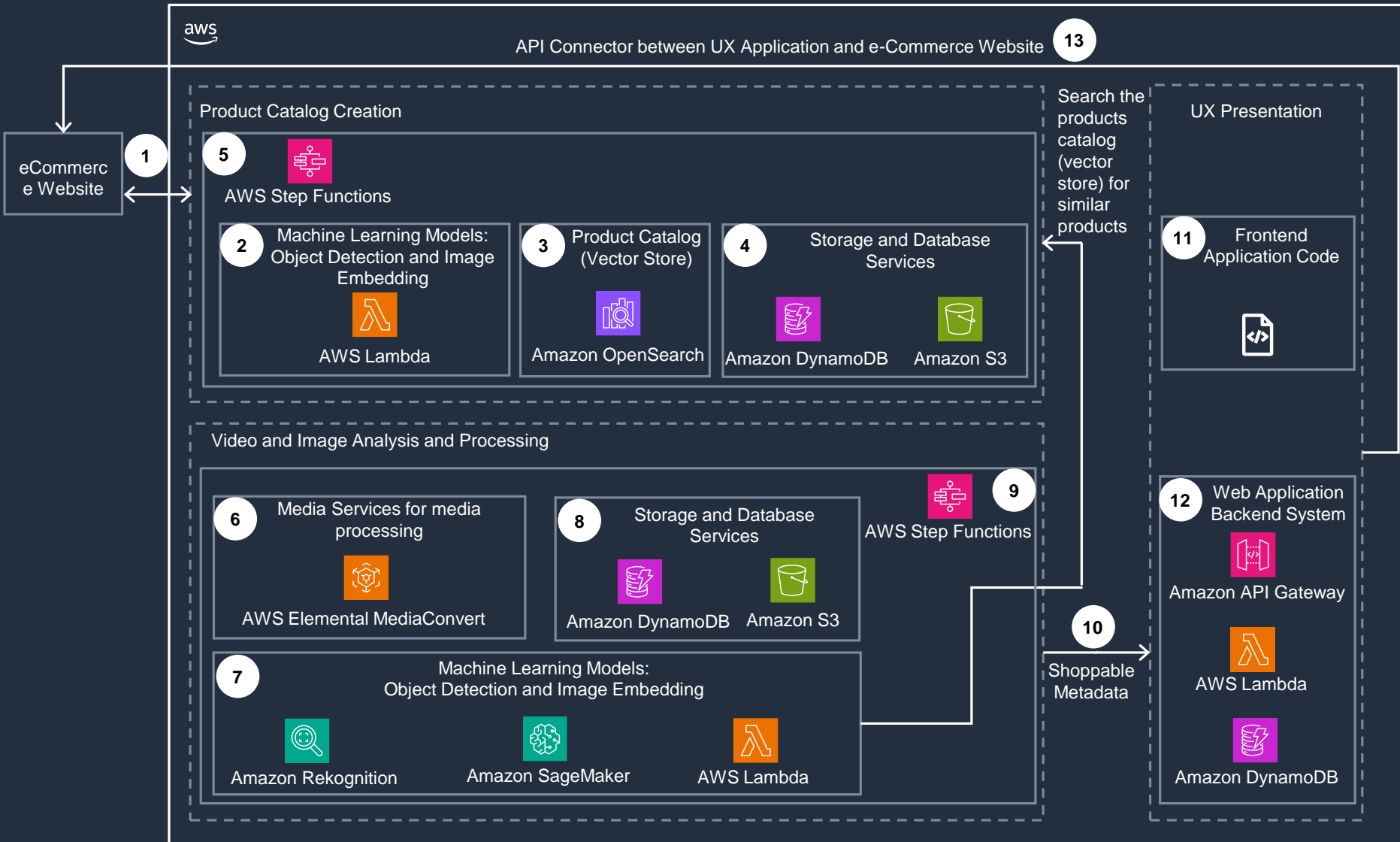
Shoppable
Content

Livestream Content

Engaged Customer
Community

Shoppable Video

動画と関連する商品のシームレスな購買体験



- 1 Product images and ID's are obtained from the eCommerce Website to start the process of product catalog creation.
- 2 [AWS Lambda](#) runs object detection and image embedding models that identify product with bounding boxes and generate image embeddings.
- 3 [Amazon OpenSearch Service](#) cluster with K-nearest neighbors (K-NN) plugins store the product image embeddings with the product Identifier.
- 4 The [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) buckets store content, file proxies, static web application artifacts, and access logs for services used. The [Amazon DynamoDB](#) tables store artifacts generated during the ingestion processes.
- 5 [AWS Step Functions](#) orchestrate the product catalog creation processing pipeline.
- 6 In the Video and Image Analysis and Processing pipeline, [AWS Elemental MediaConvert](#) process video and audio files and extract frame images from the video files.
- 7 [Amazon Rekognition](#), [Amazon SageMaker](#), and [AWS Lambda](#) are used by Media2Cloud for AIML processing on video and audio files. [AWS Lambda](#) runs object detection and image embedding models that identify product information from the images obtained in step 6, and search from similar products from the Vector store, hosted in Amazon OpenSearch Service.
- 8 The [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) buckets store content such as images obtained from AWE Elemental MediaConvert. The [Amazon DynamoDB](#) tables store artifacts generated during the analysis processes.
- 9 [AWS Step Functions](#) orchestrate the video and image analysis processing pipeline.
- 10 The output of the Video and Image Analysis and Processing pipeline is a shoppable metadata file (stored as JSON), which is required by the next pipeline: the UX Presentation
- 11 The Frontend Application Code creates the user experience via web browser.
- 12 The Web application backend components consist of [Amazon API Gateway](#) with RESTful API connector to the web application frontend, databases, and processing functions.
- 13 The API connector retrieves detailed information about the products per product ID, such as product images, prices, ratings, and availability.



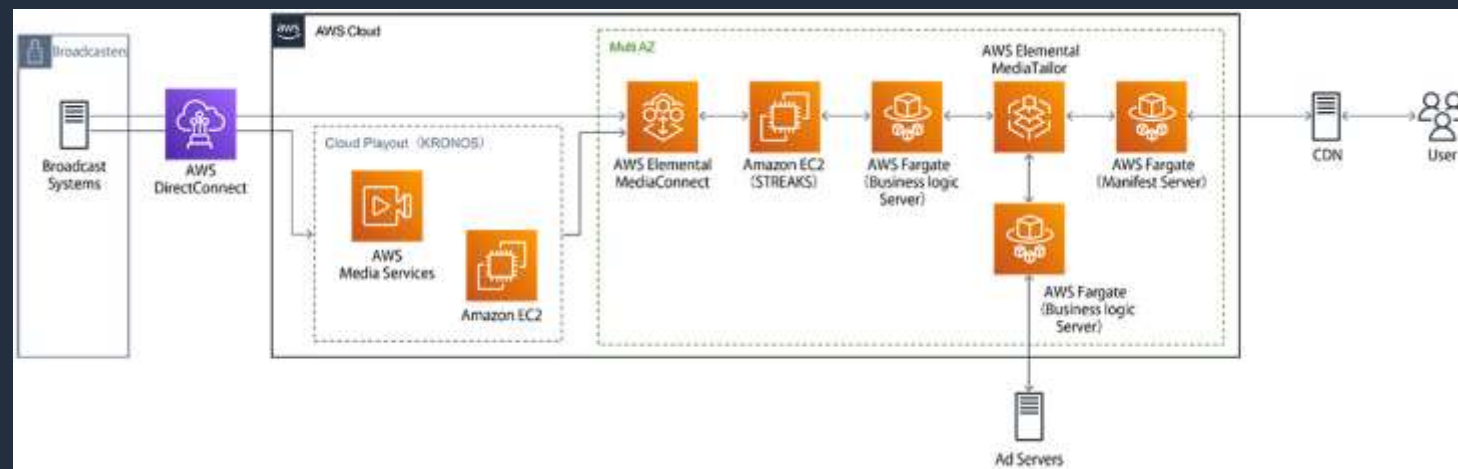
広告ソリューション 事例



月間 2.5 億再生を超えるテレビ番組配信のバックエンドシステムを内製化
放送と連携した広告配信システムも実現

ハイライト:

- 大規模イベントへ柔軟に対応できる
インフラ管理を実現
- リアルタイム配信での各局放送システムと連携した複雑なビジネスロジックに対応する、柔軟なサーバーサイドでの広告挿入の実現



<https://aws.amazon.com/jp/solutions/case-studies/tver-case-study/>

ZEE5 は AWS を使用してライブコンテンツ や VOD コンテンツに何百万もの広告を挿 入しています



問題:

「ZEE5はAVODとSVODのハイブリッドプラットフォームであり、何百万ものユーザーの需要を満たすためにインフラストラクチャを拡張するという面倒な作業を必要とせずに、サーバーサイド広告挿入（SSAI）を迅速に開始するソリューションを求めていました。同社は、広告指標の収集と報告、ユーザーレベルのカスタマイズ、既存のライブリニアワークフローとVODワークフローへの新しいテクノロジーの導入、複数のCDNやサードパーティサービスとの統合が必要でした。」



解決策:

「ZEE5 は AWS メディアサービスを複数のワークロードに活用しています。AWS Elemental MediaLive を使用して 80 以上のライブチャンネルをエンコードして視聴者に配信し、AWS Elemental MediaConvert を使用して数百時間分のビデオをオンデマンドでトランスコードし、AWS Elemental MediaPackage を使用して 20 以上のチャンネルのジャストインタイムパッケージングを行い、AWS Elemental MediaTailor を使用して広告挿入を行います。」



結果:

「ZEE5は現在、MediaTailorを使用して18以上のライブチャンネルでサーバーサイド広告挿入を行っています。同社はこれらのチャンネルで毎月1億件以上の広告を配信しています。ZEE5では、コネクテッドTVやその他のプラットフォーム向けのコンテンツ収益化の拡大に忙しく取り組んでいます。」



URL:

<https://aws.amazon.com/blogs/media/zee5-inserts-millions-of-ads-in-live-and-vod-content-using-aws/>



カスタマー 360 ソリューション



+20% の収益成長

インサイト主導型ビジネスは 8.5 倍
の確率で20%以上の成長を報告

[Forrester](#) による統計

Customer Obsession はオプションではなく、原則です

Customer Obsession は、**まずデータから始まります**
- 人口統計、サイコグラフィック、取引、購入記録、サポートケース、製品の使用状況、買い物習慣、コンテンツの好み、ペインポイントなど...

< 14%

カスタマー 360ビュー
のある企業

< 5%

ビューを使用して体系的に
ビジネスを成長できている企業

Source: Gartner, "Create Powerful Customer Experiences with a 360 Degree View of Customer"



数十億
イベントとインタラクション



数百万
トランザクションと行動



数千
製品およびサービス

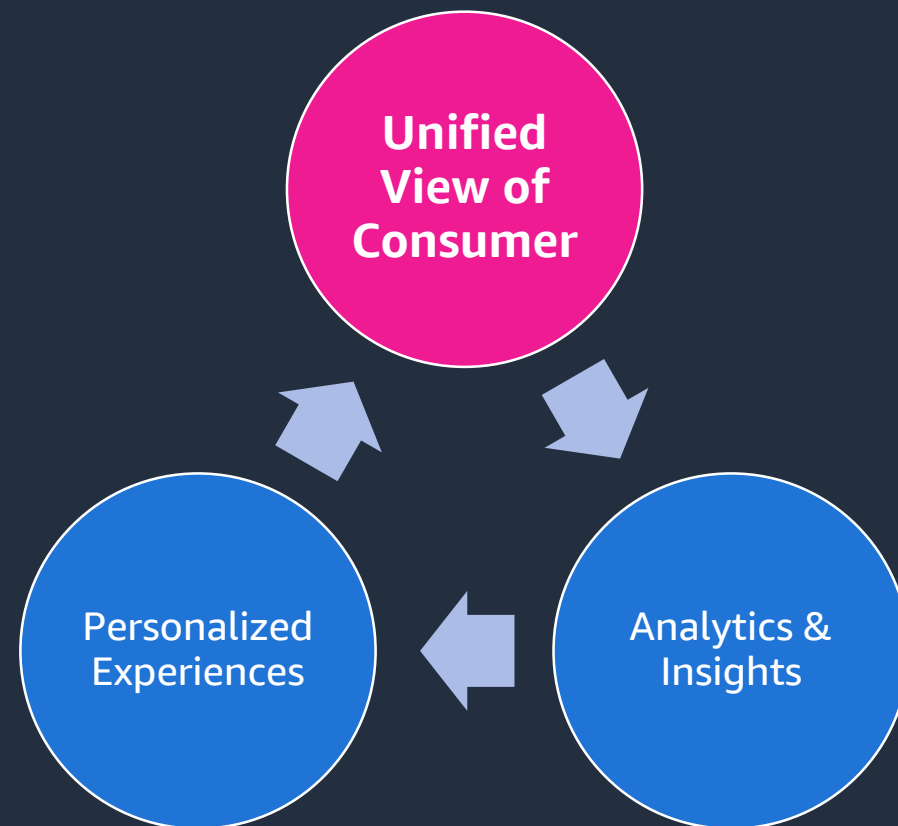


数百
エンタープライズシステム

ビジネスの成長に必要な カスタマー 360 プロファイル

収益を増やすために...

- > 顧客獲得
- > 顧客維持



チャンネル（Owned、Earned、Paid）をまたいで顧客を一元的に把握できれば、パーソナライズされ連携されたキャンペーン、エクスペリエンス、カスタマージャーニーを実現するための基盤となります。

マーケティング担当者は、顧客データを統合し、理解し、それに基づいて行動したいと考えています。しかし、以下の課題があります

1. データの増加:
データ量とチャンネル数の圧倒的な増加

17
顧客向けアプリとチャンネルの数

28
顧客データを含むデータソースの平均数

2. データの多様性:
サイロ化され断片化された顧客データ

3. ガバナンスと同意:
消費者データガバナンス、プライバシー、同意に関する地域固有の要件

133
一般的なデータ保護法がある国

96%
AppleのIDFA追跡透明化機能を利用してアプリトラッキングをオフアウトした消費者のうち

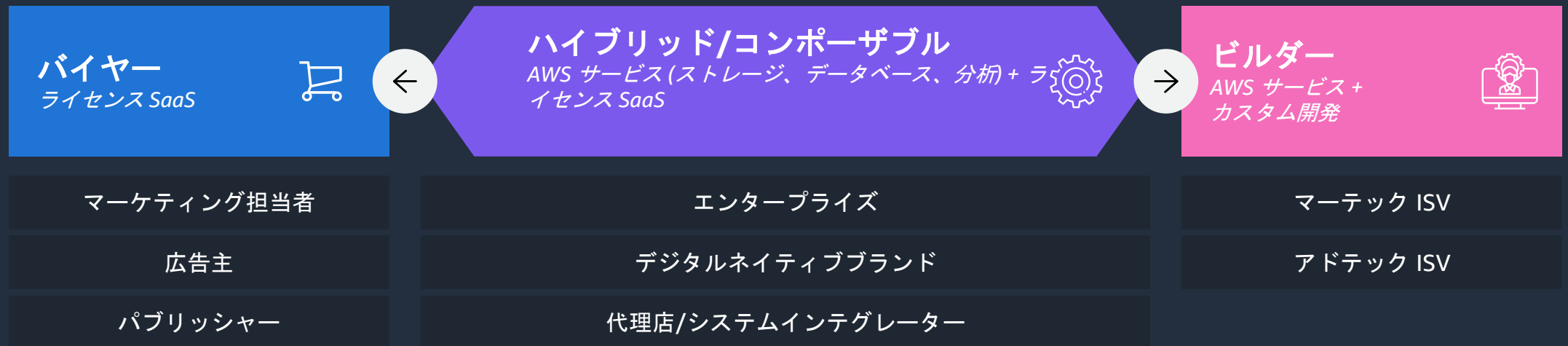
4. アイデンティティの非推奨:
クッキーとモバイル識別子の廃止は、マーケティングと広告のターゲティング、パーソナライゼーション、測定に支障をきたします

出典：Forrester、「カスタマーエクスペリエンスを成功させる秘訣は何か？すべてはデータから始まる」2021

カスタマー 360 ソリューション 一般的な構成



Customer 360 プロファイルの業界ペルソナと一般的な AWS ソリューションモデルの使用パターン



カスタマー360プロフィールの主な使用事例

1



取り込みと処理

CRM、ウェブログ、eコマース、モバイルアプリ、メールマーケティング、コールセンターなどのマーケティング、営業、サービスシステムから顧客データを一括またはリアルタイムで取り込み、クレンジングし、変換します。

2



ガバナンスと同意

顧客データ、同意、利用を管理、追跡するための消費者データおよびプライバシー規制遵守（GDPR、CCPA、HIPAA、またはその他のデータプライバシーと居住地）。

3



アイデンティティ

ID解決と決定論的ルールや確率的アルゴリズムを組み合わせ、顧客データを統合し、ユーザー、世帯、またはアカウントレベルでどのレコードが同じエンティティを表すかを判断します。

重複したプロフィールを1つのプロフィールにまとめて解決します

4



エンリッチメント

セカンド・サード・パーティーのデータ・ソースで消費者プロフィールを充実させることで、顧客に対する理解を深め、顧客属性を追加してプロフィールを拡大できます

5



セグメンテーション

ルールベースの予測型AI/MLモデルを使用して、プロフィール、属性、行動に基づいて顧客セグメントとオーディエンスを作成および管理します。

6



アクティベーション

顧客プロフィールとオーディエンスデータのポータビリティをリアルタイムで提供することで、下流のマーケティングシステムや広告システムが、あらゆるチャネルやデバイスにまたがってキャンペーン、エクスペリエンス、またはジャーニーを実現できるようにします。

カスタマー 360 プロファイル:取り込みと処理

1



取り込みと処理

CRM、ウェブログ、eコマース、モバイルアプリ、メールマーケティング、コールセンターなどのマーケティング、営業、サービスシステムから顧客データを一括またはリアルタイムで取り込み、クレンジングし、変換します。

ビルド・オプション

AWS サービス



AMAZON KINESIS



AWS MANAGED SERVICE KAFKA



AMAZON API GATEWAY



AMAZON APPFLOW



AWS DATABASE MIGRATION SERVICE



AMAZON S3



AMAZON REDSHIFT

AWS ソリューション

[AWS でのクリック ストリーム分析](#)

ソリューション ガイダンス

[Adobe AEP に接続 AWS Clean Room](#)

[Google Analytics に接続 AWS Clean Room](#)

AWS パートナー ソリューション



カスタマー 360 プロファイル:ガバナンスと同意管理

2



ガバナンスと同意管理

消費者データおよびプライバシーに関する法令遵守（GDPR、CCPA、HIPPA、またはその他のデータプライバシーと居住地）により、顧客データとその使用状況を管理、追跡できます。

ビルド・オプション

AWS サービス



AWS LAKE FORMATION



AWS IDENTITY AND ACCESS MANAGEMENT (IAM)



AMAZON DATAZONE

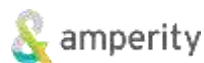


AWS CLEAN ROOMS

AWS ソリューション

ソリューション ガイダンス

AWS パートナー ソリューション



APN

APN のその他の同意管理プラットフォーム (CMP)

カスタマー 360 プロファイル:アイデンティティ

3



アイデンティティ

ID解決と決定論的ルールや確率的アルゴリズムを組み合わせ、顧客データを統合し、ユーザー、世帯、またはアカウントレベルでどのレコードが同じエンティティを表すかを判断します。

重複したプロフィールを1つのプロフィールにまとめて解決します

ビルド・オプション

AWS サービス



AWS ENTITY RESOLUTION



AWS CONNECT PROFILES



AMAZON DYNAMODB



AMAZON REDSHIFT



AWS DATA EXCHANGE

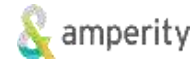
AWS ソリューション

ソリューション ガイダンス

[AWS でのエンティティ解決のための記録の準備と検証に関するガイダンス](#)

[AWS Entity Resolution のための正規化ライブラリのカスタマイズに関するガイダンス](#)

AWS パートナー ソリューション



カスタマー 360 プロファイル:エンリッチメント

4



エンリッチメント

セカンド・パーティおよびサード・パーティのデータ・ソースを使用してプロフィールを充実させ、顧客と顧客属性を追加してプロフィールをより深く理解できるようにする

ビルド・オプション

AWS サービス



AWS DATA EXCHANGE



AWS CLEAN ROOMS

AWS ソリューション

ソリューション ガイダンス

AWS Clean Rooms でサードパーティデータを使用する予測セグメンテーションのガイダンス

AWS パートナー ソリューション

ACX IOM

amperity

TEALIUM

TREASURE DATA

salesforce

ActionIQ

acfer

segment

FOURSQUARE

mparticle

experian.

EPSILON

infutor
A Verisk Business

カスタマー 360 プロファイル:セグメンテーション

5



セグメンテーション

ルールベースの予測型AI/MLモデルを使用して、プロフィール、属性、行動に基づいて顧客セグメントとオーディエンスを作成および管理します。

ビルド・オプション

AWS サービス



AMAZON SAGEMAKER



AMAZON SAGEMAKER CANVAS



AMAZON SAGEMAKER AUTOPILOT



AMAZON SAGEMAKER JUMP START



AMAZON PERSONALIZE

AWS ソリューション

ソリューション ガイダンス

Pinpoint と SageMaker を使用した予測セグメンテーション

AWS パートナー ソリューション



rudderstack



Databricks セグメンテーションソリューションアーキテクチャ

カスタマー 360 プロファイル: アクティベーション

6



アクティベーション

顧客プロフィールとオーディエンスデータのポータビリティをリアルタイムで提供することで、下流のマーケティングシステムや広告システムが、あらゆるチャネルやデバイスにまたがってキャンペーン、エクスペリエンス、またはジャーニーを提供できるようになる

ビルド・オプション

AWS サービス



AMAZON APPFLOW



AMAZON API GATEWAY



AWS TRANSFER FAMILY



AMAZON PINPOINT

AWS ソリューション

[AWS Clean Room オーディエンスアップローダー](#)

[AWS Clean Room AMC データアップローダー](#)

ソリューション ガイダンス

[AWS Clean Room オーディエンスアップローダー](#)
[Meta](#)

[AWS Clean Room オーディエンスアップローダー](#)
[TikTok](#)

AWS パートナー ソリューション

rudderstack

TEALIUM

TREASURE DATA

ActionIQ

aqfer

sas

segment

mparticle

amperity

RELTIO

salesforce

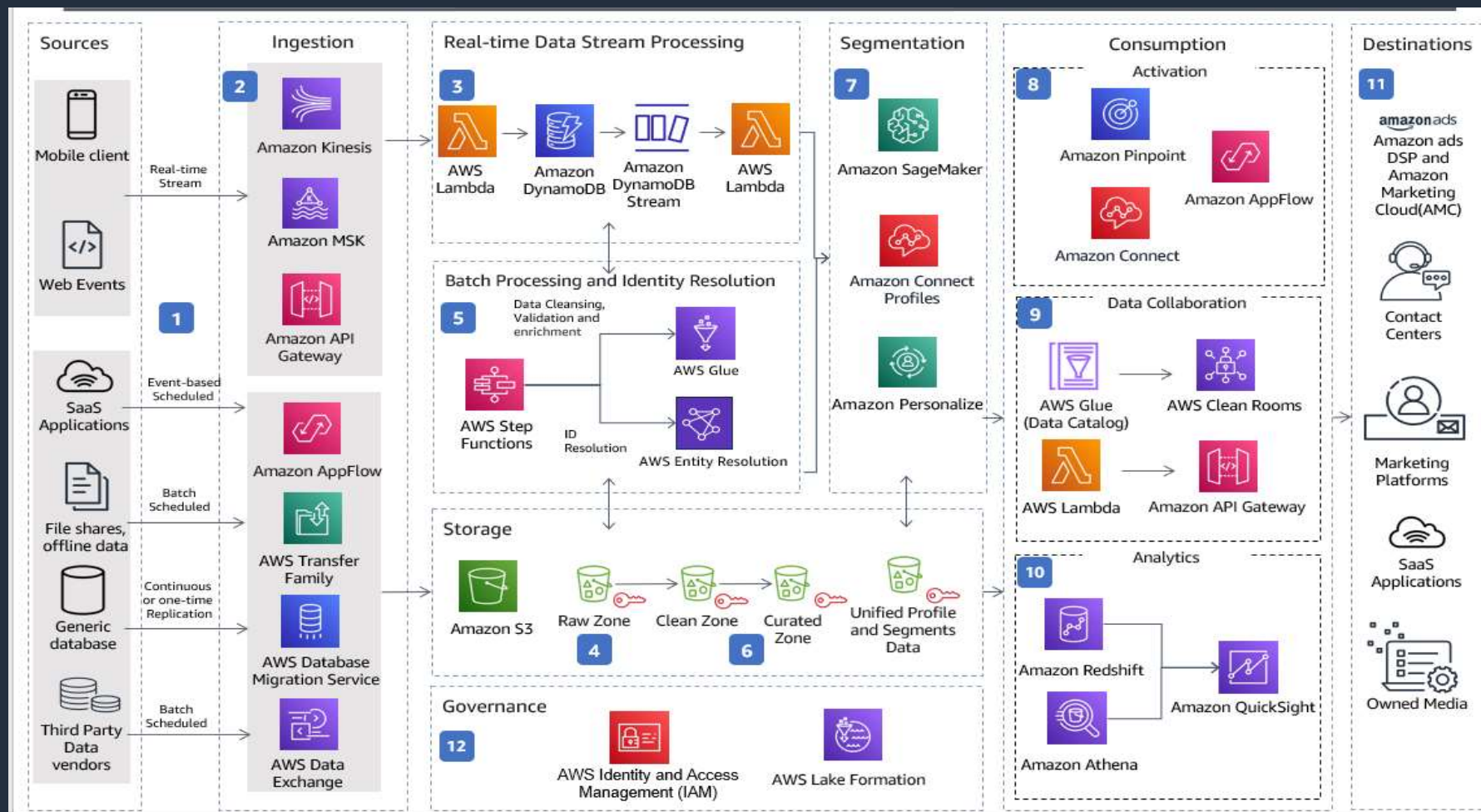


カスタマー 360 プロファイル: All AWS で構築

AWS サービスで構築

Customer Data Platform on AWS のガイダンスでは、データの取り込み、処理、ID 解決、プロフィール開発、エンリッチメント、セグメンテーション、分析、アクティベーションを対象とした Customer 360 プロファイルを構築するためのベストプラクティスを示しています。

ソリューションガイダンス



カスタマー 360 プロファイル:SaaS CDP プラット フォームからすべてのライセンスを取得



AWS ISV パート ナーから購入


AWS CDP SaaS バンドル
ソリューション。AWS
上に構築され、AWS
パートナーおよび AWS
マーケットプレイスから
入手できます

AWS CDP パートナーソリューション


 ActionIQ

 salesforce

 mparticle

 amperity

 TEALIUM

 TREASURE
DATA

MORE
Customer Data
Platforms
(CDPs) in APN

 TWILIO
segment

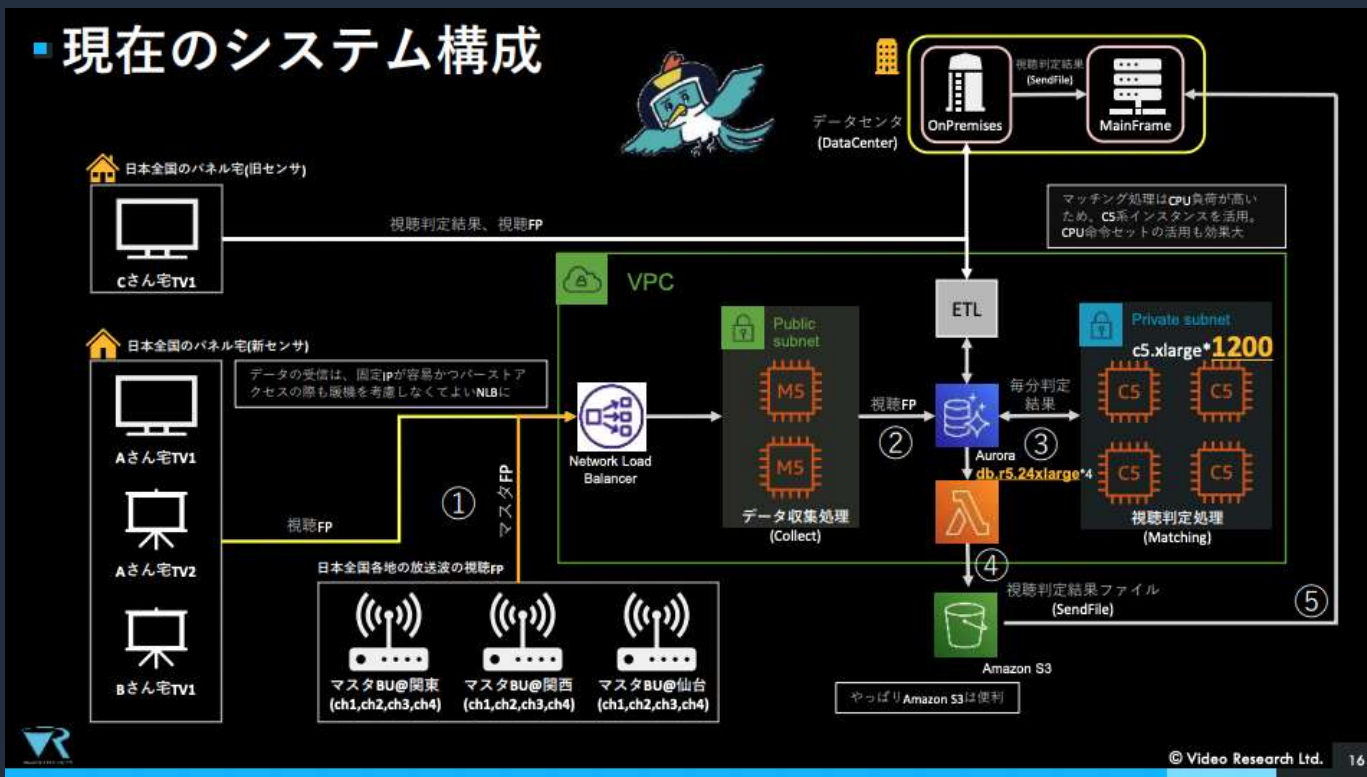
カスタマー 360 ソリューション 事例



株式会社ビデオリサーチ様：新しい視聴率の作り方 ～20000 台のセンサ × 15000 倍の処理量×クラウド マイグレーション～

多様化するテレビ視聴コンテンツを判別、大量の視聴率を計測

現在のシステム構成



Problem Statement

- リアルタイム、タイムシフト等2020年4月開始の「新しい視聴率」を提供
- 全国32地区、10000世帯20000台以上のテレビを常時測定

Challenge

- 放送に加えテレビ視聴コンテンツ増により調査対象、処理量が爆発 (15000倍)
- 視聴量 (負荷量) の予測が困難
- 早朝の視聴率も朝9:00には提供

Business Benefits

- 視聴量、測定対象増減にサーバ構成を変動させ負荷対応
- Savings Plan活用でコスト削減、他部署でもコスト最適化恩恵を得る
- 本番同等環境構築が容易になり、運用ツール内製化、人材育成が容易に
- IAM等活用等でリモートワークへ高速対応
- コスト最適化に向けARM利用も今後検討

AWS Summit Online Japan 2021

新しい視聴率の作り方 ～20000 台のセンサ × 15000 倍の処理量×クラウドマイグレーション～



日経新聞社様

顧客サービスの DX に向けて会員数 1,000 万人の ID 基盤を AWS に移行

- 機動的な対応力と高度なセキュリティを備えた ID 管理システムの実現を目指し ID 基盤をクラウドに移行
- 技術的負債対応負荷、運用工数増大、IT 人材の確保などの課題を解消
- アップデート対応が容易になり、日経 ID と連携する 80 以上のサービスのアップデートが加速することが期待される



<https://aws.amazon.com/jp/solutions/case-studies/nikkei-2022/>

Meredith はファーストパーティーデータを活用し Customer 360 を構築しました



課題

- エンターテインメント、子育て、食べ物と飲み物、スタイルと美容、健康とウェルネス、ホーム、旅行に関する40以上のサイトを持つメレディスには、米国の女性に関する他に類を見ない量のファーストパーティーデータがあります。
- Meredith は、社内リサーチ&インサイト部門であるメレディス・データ・スタジオの立ち上げ支援を Slalom に依頼しました。Meredith の社内リサーチ&インサイト部門であるメレディス・データ・スタジオは、自社の膨大なファーストパーティーのデータと予測インサイト機能を活用して、広告パートナーに女性の習慣、好み、動機に関するフルサービスのデータソリューションを提供しています。

解決策

- RedshiftとSnowflakeの一元化されたデータにより、データソース全体にわたる数十億のデータポイントを分析し、消費者行動の傾向とパターンを特定および予測できます。
- Meredithが複数のチャネルやデバイスでコンテンツに反応している消費者を一意に識別できるアイデンティティグラフを作成しました
- 自然言語処理やその他のML主導の洞察を活用して、広告主のマーケティング、ターゲティング、クリエイティブ、製品開発に影響を与えました。
- メディアへの支出と掲載を最適化するために、消費者の行動を日々の主要な意思決定の観点から理解する消費者意思決定フレームワークを開発しました

結果

- Slalom は、5年間にわたる良好なパートナーシップを基盤に、メレディス社のメレディスデータスタジオの立ち上げを支援しました。メレディスデータスタジオは、米国女性の95%以上に関するメレディス独自の膨大なファーストパーティーデータを活用した広告ソリューション一式です。Meredith の比類ないデータセットと Slalom の高度な分析の専門知識を組み合わせることで、広告主は女性の習慣、好み、動機を深くタイムリーに理解することができます。

「私たちは、女性とその購入意向について、他に類を見ない包括的かつタイムリーな理解を提供しています。これはパートナーにとっての至高の目標です」

ALYSIA BORSA
メレディス・デジタル社長

「人々が過去に何をしていたかを確認できるだけでなく、今後数週間、数か月、または数年の間に、特定の категорияで実際に何をしているのかを予測できるので、広告主にとって魅力的な点です」

CORBIN DE REBURTIS
メレディス・コーポレーションイノベーション責任者

[公開事例のリンク](#)



AWS と SONY は One Sony Data Stack (OSDS) を構築し、米国のデータ主導型マーケティングの活性化とイノベーションを促進しました

SONY

課題

- Sony では第1データ所有者への過度な依存のため、データの統合、アクセスの容易さ、所有権の確保が困難でした。
- Sony は、すべての関連会社の全事業部門で使用できる包括的なデータ分析プラットフォームを移行、所有、管理するという長期的なビジョンを持っていました。
- AWSは、プロジェクトの期間全体をサポートするために必要なソニーのクラウド知識と内部リソースを強化し、トレーニングなどを行いました

解決策

- SageMaker と Redshift を使用して、完全なデータレイクを AWS 上に構築しました。AWS はビジネスインテリジェンスの Lift & Shift を設計し、OSDS の BI 環境を、ベースラインの運用、セキュリティ、ガバナンスを含むように移行しました。
- データアクセスの管理、アクセス要求の制御、および料金の監視を目的として、データセキュリティ、ガバナンス、および運用準備が定義されました。
- AWS は Sony Marketing と Infosec をサポートして、アーキテクチャ上の障害を取り除くとともに、プロジェクト実現のためのデータとセキュリティをより適切に管理できるようにしました。

結果

- ソニーが提供する OSDS CRM Data Lake アプリケーションは、マーケティングアクティベーション、データ統合、データ視覚化、機械学習ベースのモデリングに役立ちます。これには、データ主導型のビジネスイニシアチブのデータ取り込み、ストレージ、セキュリティ、ガバナンスを網羅するスケーラブルなデータレイクが含まれます。
- ソニーのユーザーデータへのアクセスが改善されたことで、各事業部は革新的でターゲットを絞ったマーケティングキャンペーンを通じて、エンドユーザーの消費者により効果的にマーケティングを行うことができます。これらのキャンペーンは、最終的には売上の増加につながります。

「AWS メディア&エンターテインメントプロフェッショナルサービスチームは、OSDS プロジェクトのアーキテクチャと開発に尽力しました。M&Eプロジェクトマネジメントは、プロジェクトを成功に導くために懸命に努力してくれました。」

SANJAY VENKATESH
マーケティングテクノロジー担当シニア
ディレクター
Sony Corporation of America



Monetize における AI/ML の活用



生成 AI でデータ分析を民主化

課題

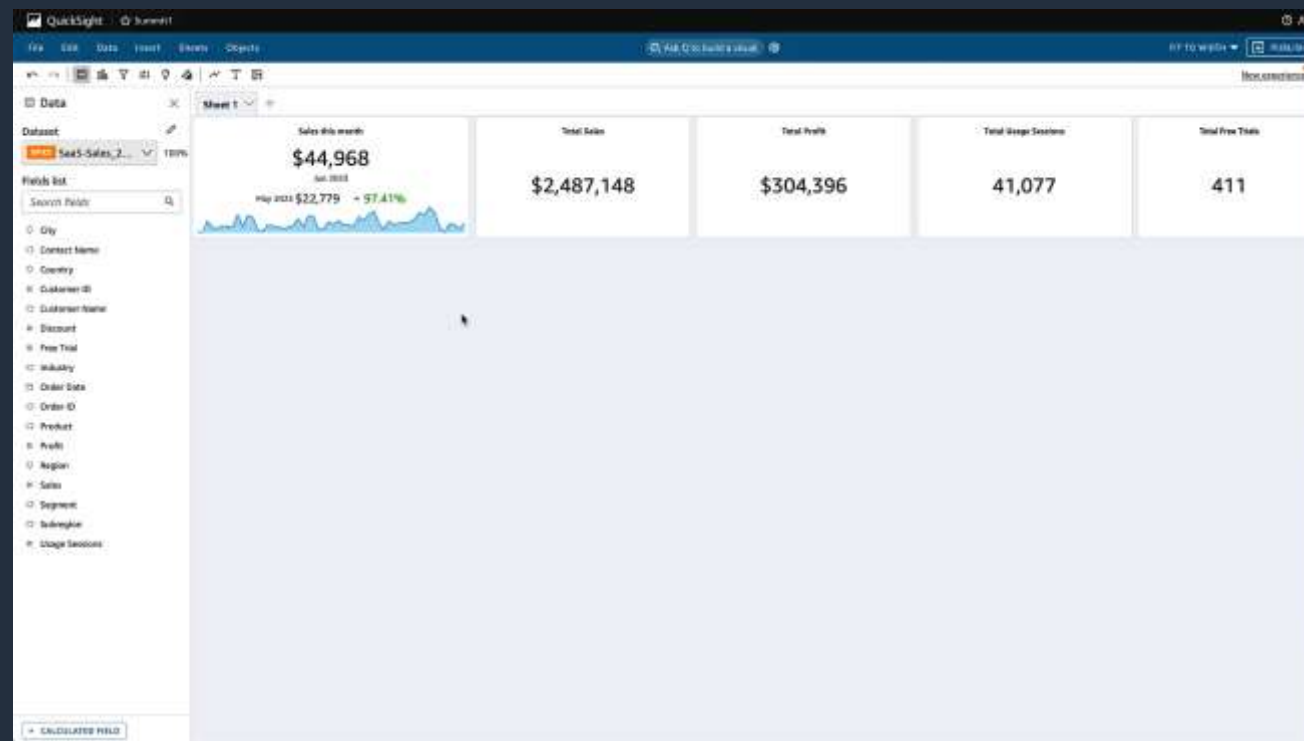
- データ分析を行える人材が少なく、負荷が集中しデータ活用が進まないため、他の社員もデータ分析できるようにデータ活用を民主化したい。

要点

- QuickSight Q 搭載のビジュアルオーサリング機能を使用して、数秒でビジュアルを作成
- 自動ストーリーテリング機能を利用してグラフと自然言語による分析を組み合わせたレポートを作成

応用のアイデア

- ユーザーの行動データ分析を活用
- データドリブンな意思決定を支援



生成 AI でオペレーターの回答をリアルタイムに支援

課題

- お客様からのお問い合わせに対して、コンタクトセンターの担当者が素早く正確な回答ができるようサポートすることで、お客様満足度を向上する

要点

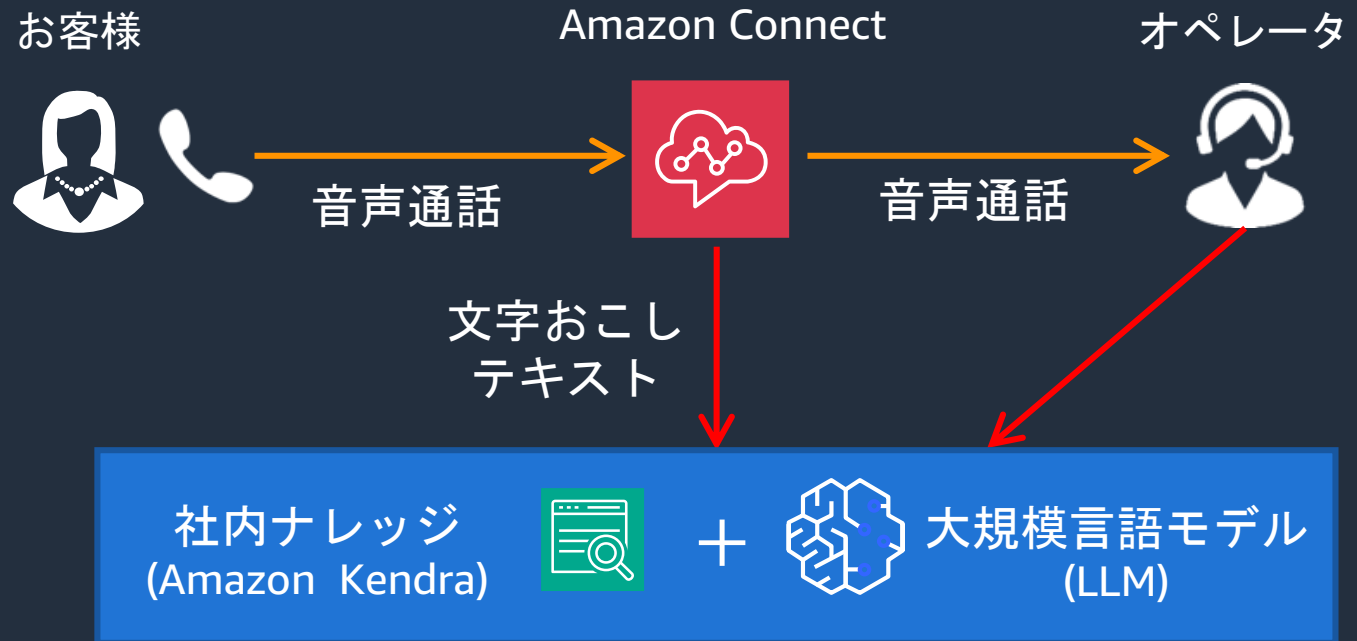
- お客様とオペレータの会話をリアルタイムで解析し、対応に必要であろう情報を表示。オペレータはそれを参考に対応することでお客様の待ち時間の短縮や正確性向上に繋げる
- 対応メモを自動生成するため通話に集中可能に通話終了後の作業を抽出し、抜け漏れを防止できる

応用のアイデア

- 通話のやりとりを分析し、対応マニュアルを改善しさらなる顧客満足向上の機会を発見する
- 通話終了後の後作業を自動化し、オペレータがより多くのお客様支援に時間を割けるようにする

構成例

- 通話内容をリアルタイムに解析し、オペレータに回答案や補足情報を提示する



コンタクトセンタースタッフ業務支援システム

Amazon Connect : クラウドベースのコンタクトセンターサービス
Amazon Kendra : エンタープライズ検索エンジン

生成 AI によるチャットアシスタント

課題

- お客様からのお問い合わせに対して、チャットボットがシンプルな問い合わせに回答することで負荷を下げつつ顧客満足度を上げる

要点

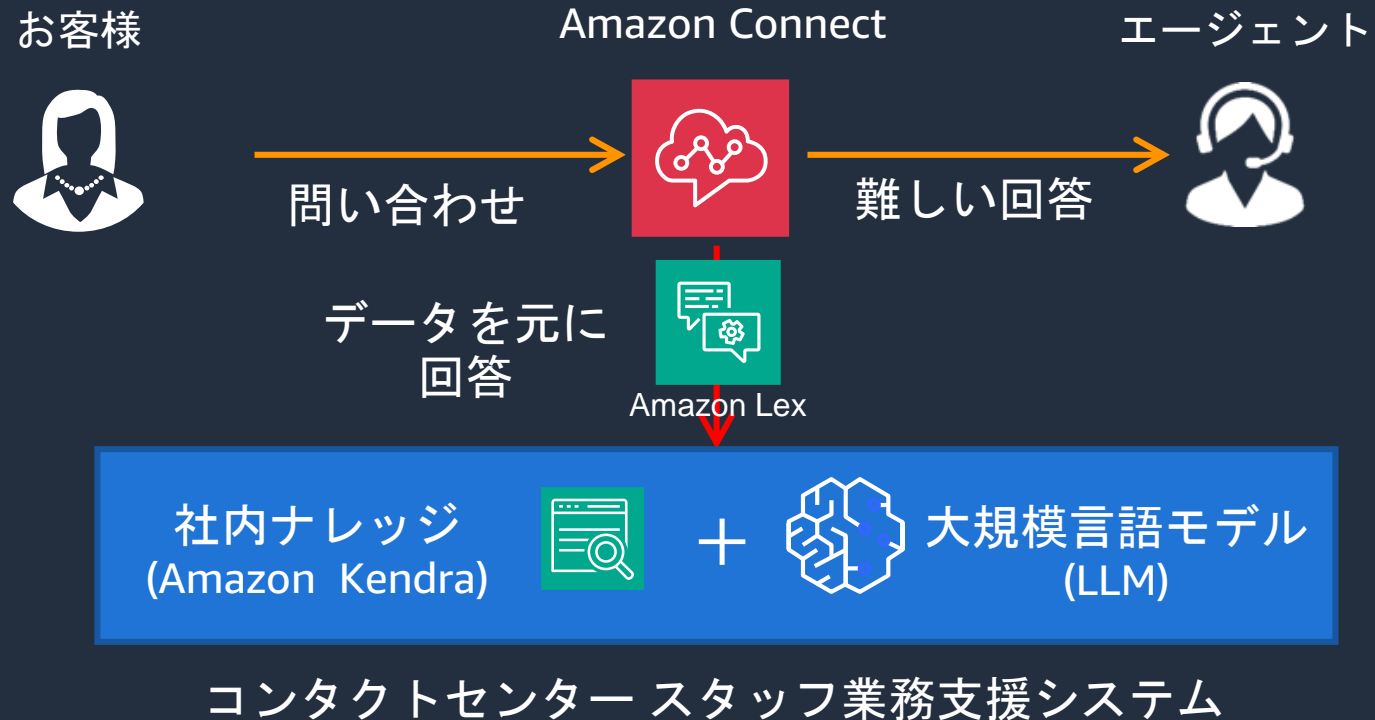
- お客様の問い合わせに対し生成AIが回答できる場合は回答し、そうでない場合はオペレーターと連携することでお客様の待ち時間の短縮に繋げる

応用のアイデア

- チャットのやり取りを分析し、生成AIが対応できるパターンを改善しさらなる時間短縮に繋げる

構成例

- 関連資料から回答できる場合は回答し、そうでない場合はエージェントにルーティング



Customer 360 のユースケースのためのテキスト生成

- ✔ **自動広告生成:** 新しい商品リストが追加された際、基盤モデルがそれらの広告を特定の顧客セグメント向けに自動的に生成

- ✔ **パーソナライズされた広告とメール:** 特定の顧客セグメント向けに広告を生成することに加えて、基盤モデルは個別ユーザー向けに広告をパーソナライズすることも可能

- ✔ **更なる応用例:** パーソナライズされた検索結果や動画

まとめ

- 多角化するコンテンツ配信・マネタイズ手法の中では、顧客についての 360 の理解を得るためのデータ基盤と、AI/ML による分析を元にした UX 設計、UX を考慮した広告配信がマネタイズにおいて重要である
- ビジネスニーズに応じて AWS サービスやパートナーソリューションを適切に組み合わせることで迅速にビジネス展開が可能となる



Thank you!