



OKBIZ.に合わせて コンタクトセンター業務を見直し FAQ・お問い合わせ管理 効率化の取り組み

集英社が運営するレディースファッション通販サイト集英社 FLAG SHOP (フラッグショップ)は、主に同社の女性ファッション誌上で紹介する衣服を販売している。同サイトは2017年10月、「OKBIZ. for FAQ / Helpdesk Support」を導入しFAQサイトを刷新した。OKBIZ.を導入した経緯や導入後の効果について、同社ブランド事業部ダイレクトマーケティング室 副室長 石塚雅延氏と鈴木裕子氏に話を聞いた。



ブランド事業部
ダイレクトマーケティング室
副室長
石塚 雅延 氏



ブランド事業部
ダイレクトマーケティング室
鈴木 裕子 氏

導入前の課題:FAQの管理に加えてお問合せ対応履歴の記録が必要だった

集英社 FLAG SHOPについて教えてください。

2007年に開設したECサイトで、当社の女性誌の読者の方を対象に、誌面上でモデルさんが着ている服と同じものを手軽に購入していただくことを目的にスタートしました。その後は商品を拡大し、誌面に載っていない商品や、集英社 FLAG SHOPのオリジナル商品なども扱うようになりました。

誌面に紹介していない商品であっても、

カタログなど独自のコンテンツを作って紹介することもあります。この部分は出版社が運営しているサイトならではの強みだと思います。

サイトの会員数は100万人を突破しました。会員の方の平均年齢は30代半ばになります。

コンタクトセンターへのお問い合わせは、どんな内容が多いでしょうか。

圧倒的に多いのは返品、交換、キャンセルについてですね。問い合わせ全体

の半分を占めています。

ただその一方で、通販事業者という視点からすると、他の事業者に比べて当社への返品や交換に関するお問い合わせの割合が高い訳ではありません。ですので、コール数を減らすことを主な目的にするのではなく、しっかりお電話でご対応したほうが良いケースと、お客様自身にご対応いただいたほうが良いケースを分けて考えていきたいと思っています。



2017年10月にOKBIZ. for FAQ / Helpdesk Supportをご導入いただきました。それ以前はどのような状況だったのでしょうか。

サイトにFAQのページはあったのですが、Q&Aが30個程度と少なく、新規追加や修正などをしたい場合はWeb製作チームへの依頼が必要でした。修正が反映されるまでには通常1日以上かかっていました。アクセス状況に関して、FAQページ全体のアクセス数を見る仕組みはあったのですが、どのQ&Aが見られているかを把握することは出来ませんでした。

お問い合わせ履歴を統合的に残す仕組みがなかったのも問題でした。お電話いただいた場合は問合せカテゴリーが

電話機のボタンに「1:返品」、「2:交換」などと割り振られており、応対終了後、オペレーターがいずれかのボタンを押したものを月次でカウントしていました。あくまでオペレーターの主観による分類であり、その詳細は把握できなかった為、カウントした結果もうまく活用出来ていませんでした。

メールやお問い合わせフォームでのご対応もしていたのですが、こちらもその内容を正確に分類・蓄積することが出来ていませんでした。メール対応はスキルの高いオペレーターがメーラーを使って一日一人で担当していましたが、コールが集中している時は電話に出るなどしていた為、返信には平均すると2日以上はかかっていたと思います。

そういった状況だったので、当時指標としてもっていたのはコールの問い合わせ数、放棄数、メールの送信件数などに限られていました。

FAQ以外にも課題があったということですですね。

そうですね。特にメール対応はオペレーターが個人の裁量でやっていたので、繁忙期にはメールの返信が遅くなってお叱りを受ける、といったケースがありました。こうした問題は、進捗状況を把握出来れば解消できるはずだ、と感じていました。



選定のポイント:FAQとお問い合わせ両方の管理ができること オペレーターへの回答サジェスト機能にも魅力を感じた

そうした状況でOKBIZ.の導入をお考え
いただいたということですね。導入の
際、他社のツールも検討されましたか。

はい、複数社のツールを比較しました。
OKBIZ.を選ぶ決め手になったのは、
FAQのシステムでありながらお問い合
わせ履歴の蓄積も出来るなど、当社
が課題として考えていたことを解決す
る機能を全て備えていたことですね。

他のツールはもっと機能が絞られてい
て要件を満たすためには複数のツール
を組み合わせる必要があったり、逆に
CRMなどのもっと大きなシステムを含
んだ大掛かりなものだったり、という具
合でした。

機能面はいかがでしょう。

FAQの追加や更新、サイトデザインの変
更などを自分達で出来るのが良かったで
すね。FAQを素早く更新したいという
我々のニーズに合致していました。それ
に加えて、オペレーターに回答をサジェ
ストする機能にも魅力を感じました。この
機能があればベテラン、新人関係なく、
一定のレベルで回答出来ると感じました。

導入効果:OKBIZ.に合わせてコンタクトセンター業務を見直し対応品質も向上 「大変だと思うが、今までのやり方を踏襲せず、 OKBIZ.の仕組みに合わせて欲しい。必ず効率は上がるから」

実際にOKBIZ.をご導入いただいてから
はどのような変化がありましたか。

まずOKBIZ.に合わせて、コンタクトセ
ンターの業務を大きく変えました。組
織体制をメールと電話ではっきりと分
け、メール担当者は原則、電話に出ない
ことにしました。履歴の管理により複数
人が同時に担当出来るようになったの
で、ミニマムで専業二人体制にしていま
す。現在は最も高いスキルのオペレー
ターがメール対応をしています。テン
プレートや過去の回答からサジェスト
される機能があれば、新人でもメール対
応が可能になると考えています。スキル
の高いオペレーターが電話で直接お客
様と応対することでより良いCXを実現
したり、ロイヤリティを高めることが可
能になります。

コンタクトセンターに伝えていたのは、
「大変だと思うが、今までのやり方を踏
襲せず、OKBIZ.の仕組みに運用を合わ
せて欲しい。必ず効率は上がるから」と
いうことでした。

FAQについてはどうですか。

月10個以上のペースで順調にQ&A数
を増やせています。コンタクトセンタ
ーにもFAQの新規追加を担当してもらっ
ているため、更新・修正はすぐに出来ま
す。FAQの内容は主にお客様から上
がってきた声を参考にしたものや、新
サービスに関連するものです。こうした
取り組みの結果、FAQページ全体への
アクセスは導入前に比べて2.5倍に増
加しています。

オペレーターはお電話でのお問い合わ
せ対応にもFAQを活用しています。以
前のFAQでは数が少なく、回答を探し
づらかったため、活用していませんでし
た。現在は、オペレーター全員がお客様
向けのFAQを活用していますし、マ
ニュアルなどを参照出来るオペレー
ター向けFAQも使っています。これに
よって、回答の品質を高めることが出
来ています。



コンタクトセンターのKPIとしてはどんなものを設定されていますか。

いろいろ設定してはみたのですが、履歴を管理出来るようになったのが初めてのこともあり、まだ悩んでいます。

以前と比べて高い目標を設定しても意外に簡単にクリアできてしまう、ということが続いているんです。

例えばOKBIZ.導入当初はメールの返信期限を一律48時間以内に設定し直し

たのですが、それは簡単にクリア出来ました。今では24時間以内に9割以上返信出来ています。

この他では0件ヒットを可能な限りつぶし、関連するワードに紐付けることに取り組んでいます。

オペレーターからの声を運営やサイト改善に反映 お客様からお褒めの言葉をもらったオペレーターに「ありがとうクーポン」

OKBIZ.をご導入いただいてから仕事のやり方が大きく変わったとすると、以前のやり方に慣れている方からの反発もあったと思います。そういったことはどう対応されたのでしょうか。

OKBIZ.の仕組みに業務を合わせるのには、それが一番効率がいいと考えて決めたことなので、例え不満があったとしてもやってもらうという方針でした。一方で、それ以外のことについてはお客様の最前線にいるオペレーターの方の声を聞こう、と考えています。オペレーター向けのアンケートを年に数回実施し、そこであがった不満や意見をサイト改善や運用に落としこむ、ということをやっています。

また昨年、一ヶ月に1回、業務改善の意見やお客様からお褒めの言葉をもらったオペレーターの方に、集英社FLAG SHOPでの購入に使える「あり

ありがとうクーポン」をお渡しする取り組みもしています。オペレーターが集英社FLAG SHOPを好きになることで、お客様対応にもより誠意のこもった対応ができると考えています。

今後お客様対応のために導入したいツールはありますか。

チャットボットには興味があります。チャットボットはサポートだけでなく、コンバージョンに直接寄与出来る側面も大きいので、コンタクトセンターにとって武器になると思っています。

集英社 FLAG SHOPを利用される方は年齢層も幅広いので、いろいろな方に快適に使っていただけるよう、様々なチャネルを用意したいと考えています。そういった側面においてもチャットはとても有効だと考えています。

最後に集英社 FLAG SHOPを利用されるお客様に対してメッセージをお願いします。

お客様にはお困り事があれば何でもお問い合わせいただきたいと思います。FAQのお話をしているため、我々が入電やメールを減らしたいと考えているように映ってしまうかもしれませんが、そうではありません。ECサイトは接客する場がないので、お問い合わせはお客様との接点を持てる貴重な機会だと思っています。お客様に「電話して良かった」「メールして良かった」と思ってもらえるようにしたいと考えています。

ただFAQによって自己解決が出来たら、更に我々のサイトを便利にお使いいただけることも確かだと思います。今後も、よりお客様に愛していただけよう、いろいろな取り組みをしていきたいと考えています。

問い合わせ数削減・コスト削減など
多数の導入事例を公開中！

OKWAVE 事例

検索



株式会社オウケイウェイヴ

〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-1-28 虎ノ門タワーズ オフィス 7階
TEL 03-6841-7681 (OKBIZ.セールス担当)

© 2020 OKWAVE, Inc.