



パートナー企業からの 問い合わせ件数が 2年間で4割程度削減

ソフトバンクモバイル株式会社はiPhone、iPad、携帯電話、スマートフォンなどの携帯端末と、それらの機器で利用するコンテンツサービス、サービスを快適に利用するための通信ネットワークの拡充に取り組んでいます。同社は、2005年よりOKBIZ. for FAQ / Helpdesk Supportを導入し、パートナー企業向けのFAQサイトを運用しています。特にここ2年は、FAQやヘルプデスクに関する数値目標を設定するなどしてより効果的な活用方法を模索し、問い合わせ件数を4割程度の削減を実現するという高い成果を上げています。今回、同社サービスコンテンツ本部コンテンツオペレーション部の積田佑介氏、安彦千裕氏にお話をうかがいました。



サービスコンテンツ本部
コンテンツオペレーション部
積田 佑介 氏



サービスコンテンツ本部
コンテンツオペレーション部
安彦 千裕 氏

OKBIZ. for FAQ / Helpdesk Supportをどのような用途に使われていますか。また、長年の活用を通じて感じていた課題は何でしょうか。

積田氏: コンテンツパートナー様向けの情報提供サービスとして、フューチャーフォン向けの「サポートサイト」とスマートフォン向けの「SoftBank スマートフォン サービス開発支援サイト」があります。APIのドキュメントや、「ソフトバンクまとめて支払い」などを利用していただく際の申請方法なども開示しています。このサイトだけでは対応しきれないようなニーズに対し、FAQを活用しています。

例えば、ドキュメントは説明書のように内容が事細かに書いてあるため読むのが大変です。知りたいことだけピンポイントに調べたい、といった場合にFAQで対応しています。私がFAQやヘルプデスク関連の仕事を担当し始めたのが2012年の9月頃でした。2005年から導入しているOKBIZ. 自体はとても便利ではあったのですが、これといってめばしい業務改善を行っておらず、また改善を見越した分析が不十分であると感じておりました。

そのような課題を改善するために取り組み始めたことをおうかがいしたいと思います。

積田氏: まず、FAQサイトの統計情報や、数値の分析に力を入れるようになり、様々なことがわかってきました。例えば、以前はとにかく沢山のFAQを用意し、それらのFAQを参照して分からないことを解消してもらうのがベストなのかなと思っていたのですが、必ずしもそうではなかったということです。見られていないFAQや、見ても参考にならないFAQが検索に大量にヒットするせいで、ユーザーを惑わしてしまうことがあるのが分かってきました。

その対策として、月1単位で評価の悪かったFAQをピックアップして内容の見直しなどを行っています。内容の悪いFAQとしては例えば、質問に対し「ドキュメントに書いてあるのでドキュメントを見てください」といったニュアンスのものがああります。そうした質問に対する回答になっていないFAQには、簡単な解決策を答えとして記載した上で、ドキュメントへの案内をするようにしています。

その他にも、コンテンツパートナー様向けにアンケート実施し、FAQやヘルプデスクの評価を聞いています。それをもとに改善の施策を考えています。

FAQについて、KPIはどのように設定していますか。

積田氏: はい。FAQは問い合わせ件数を減らすことを一番大きなKPIにしています。そのために検索ヒット率を上げたり、カテゴリーから探しやすいように構成を変えたりしています。2014年の5月末にもカテゴリーの構成を大きく変

えたところですが。FAQサイトについては、ページビューが増えることはあまりよくないと考えており、ユニークユーザーに対してページビューが増えすぎないように考えています。

ではヘルプデスクについても教えてください。KPIはあるのでしょうか。

積田氏: こちらもKPIは必要と考えています。いまメインに想定しているのは平均回答時間です。例えば、日中に来た問い合わせはその日のうちに回答する、夕方に来たものについては次の日の正午までに回答する、といった具合です。お客様からの問い合わせに対してどれくらいの時間で返答しているか、一回の質問に対しての回答の時間をいかに早くするかを考えています。土日を含んだ場合は対応に時間がかかってしまうこともありますので、その辺も踏まえて検討しています。

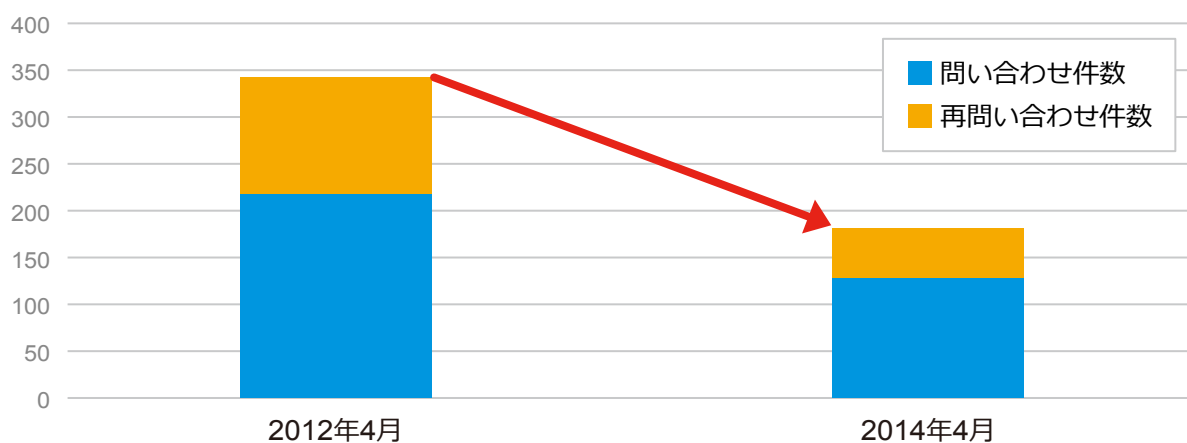
安彦氏: コンテンツパートナー様から過去と類似の質問が寄せられるケースも

多いので、OKBIZでお受けした質問と同様の質問が過去にあったかを検索できるようにしています。回答をする際に、過去の回答を検索・編集して回答することで、回答時間の短縮が図れています。

そのような施策の効果について教えてください。

積田氏: FAQの問い合わせ件数でいうと、2012年の4月には月間の問い合わせ件数が220件、再問い合わせが130件といった具合でしたが、2014年4月には月間の問い合わせ件数が160件、再問い合わせ件数は50件になっているので、全体的には4割程度の削減を達成できています。ヘルプデスクの回答時間については苦情などが減ってきたので、結果としてよくなっているのかなと感じています。アンケートの際のフリーコメントで、コンテンツパートナー様から「キャリアのなかでソフトバンクモバイルの回答が一番早い」といったお声もいただいております。

FAQによって、問い合わせ件数が、2年間で4割程度削減



現在の取組みを、今後どのように発展させていきたいとお考えですか？

積田氏:コンテンツパートナー様に対するアンケートで、サポートの内容について「他のキャリアに比べてどうですか」と聞いています。弊社がよくご指摘いただく点は「営業がない」、という点で、たしかにほかのキャリアより営業は少ないかもしれませんが、しかし、この部分は人をたくさん投入してサポートをするよりも、いかに低コストで手厚いサポートができるかが大事だと思っています。FAQが充実し疑問が解決できるようになれば、24時間365日のサポートも可能になりまし、そのためにはWebの活用が重要と考えており、弊社はWebサポートで1番になれるような方向を目指したいと思っています。営業担当者を中心としたサポートに負けたくない、ということがあります。

御社はOKBIZ. for FAQ / Helpdesk Supportをバージョン7にバージョンアップされました。その効果にはどんなものがありますか。

積田氏:ユーザー様向けの検索機能がよくなったと感じています。検索での精度があがり、検索結果の表示方法がわかりやすくなったため、確実に検索で情報が探しやすくなったと感じています。デザインを簡単にドラッグドロップで変えられるようになったのも、非常に便利だと感じています。あるべきFAQサイトを目指していくうえで、デザイン変更が容易なことはとても助けになっています。

今後OKBIZ. for FAQ / Helpdesk Supportに期待していることがあれば教えてください。

積田氏:FAQサイトは運営方法に答えがないので、常にやり方を変えていく必要があります。いまやっていることが正しいのかを分析するための数字はもっと必要だと考えています。FAQサイトなくしてはWebサポートナンバー1を目指すのは無理だと思っていますので、是非これからもオウケイウェイヴさんの力をお借りしたいと思っています。

OKBIZ. for FAQ / for Helpdesk Support ver.7 機能面での評価ポイント

ユーザー向けの検索機能の強化

- 検索精度の大幅向上
(ニューラルサーチ機能)
- 検索サジェスト機能
(関連したキーワード候補の自動表示)
- 検索結果のインターフェイス改善

柔軟なデザインカスタマイズ性

- デザイン・レイアウト変更が容易に可能
- カスタムパーツを組み込み、FAQサイト内で自由にコンテンツを挿入可能

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.