



導入時のスピーディな対応力とFAQ構築ノウハウが決め手となりました。

アズワン株式会社は1962年に設立した科学機器、産業機器、病院・介護用品の総合商社だ。同社はOKBIZ. for FAQを2015年2月に導入、OKBIZ. for Helpdesk Supportを9月に導入した。顧客向けのFAQを用意するだけでなく、同社の社員やコールセンターのオペレーターが知識を共有し、代理店、仕入れ先に情報を提供するなど、様々な場面でFAQと問い合わせ管理機能を活用している。システムの導入や現在の運用状況、今後の展開について同社カスタマー相談センターの角出 正人氏と山本 奈央氏に話を聞いた。



営業業務部
カスタマー相談センター
マネージャー
角出 正人 氏



営業業務部
カスタマー相談センター
山本 奈央 氏

アズワン様の事業内容について教えてください。

角出氏: 科学機器、産業機器、病院・介護用品などの理化学機器を扱う総合商社です。それらの分野の先進的な商品を扱いながら、情報ネットワーク、ロジスティクスを担うというビジネスを展開しています。製品を使っていただくお客様以外にも、サプライヤー様や代理店様など様々な企業と取り引きしています。

御社で扱われている製品は何点くらいありますか。

角出氏: 従来の紙カタログ中心ではメ

インの商品約4万点でしたが、AXELというwebカタログが2015年下期よりオープンし、現在では約100万点になります。ただし、製品へのサポートという意味では、これに加えて過去に扱った製品も対象になるので、サポートしなくてはならない製品はそれ以上になります。

FAQの導入以前はどのようなサポートをされていましたか。

角出氏: 我々が扱わせていただいている商品について、メーカー様や当社の設計部門から資料をもらい、それをデジタル化して社内でも共有するというシステムを、FAQ導入前から使っており、現在でも使い続けています。

カスタマー相談センターではこのシステムを使って、お客様とコンタクトしています。そうした中で、FAQを導入したらよりサポートを強化できるのではないか、というように考えるようになりました。

オウケイウェイヴにお声がけいただいたきっかけは何でしょうか。

山本氏: カスタマー相談センター側で、オウケイウェイヴさんやその他の競合製品などについて、いくつかの製品やサービスがあることは把握していました。ただ、どれがいいかは自分達では判断しきれなかったため、IT部門に調査してもらいました。

オウケイウェイヴのQ&Aサイト自体は既にご覧いただいていたそうですね。

山本氏: 仕事中だけでなく、自宅でインターネットを使う際などに、オウケイウェイヴさんのQ&Aサイトのページを見る機会がよくありました。また、当社で実際にFAQシステムを使いだしてからは、社名が隠れているサイトでもオウケイウェイヴさんのFAQシステムだと分かるようになったので、こんなに多いのかと感ずることがよくあります。

IT部門の調査結果を踏まえ、オウケイウェイヴを選んでいただいた際、決め手となったのは何でしょうか。

角出氏: FAQの稼働を2015年1~2月にすることはあらかじめ決まっていたの

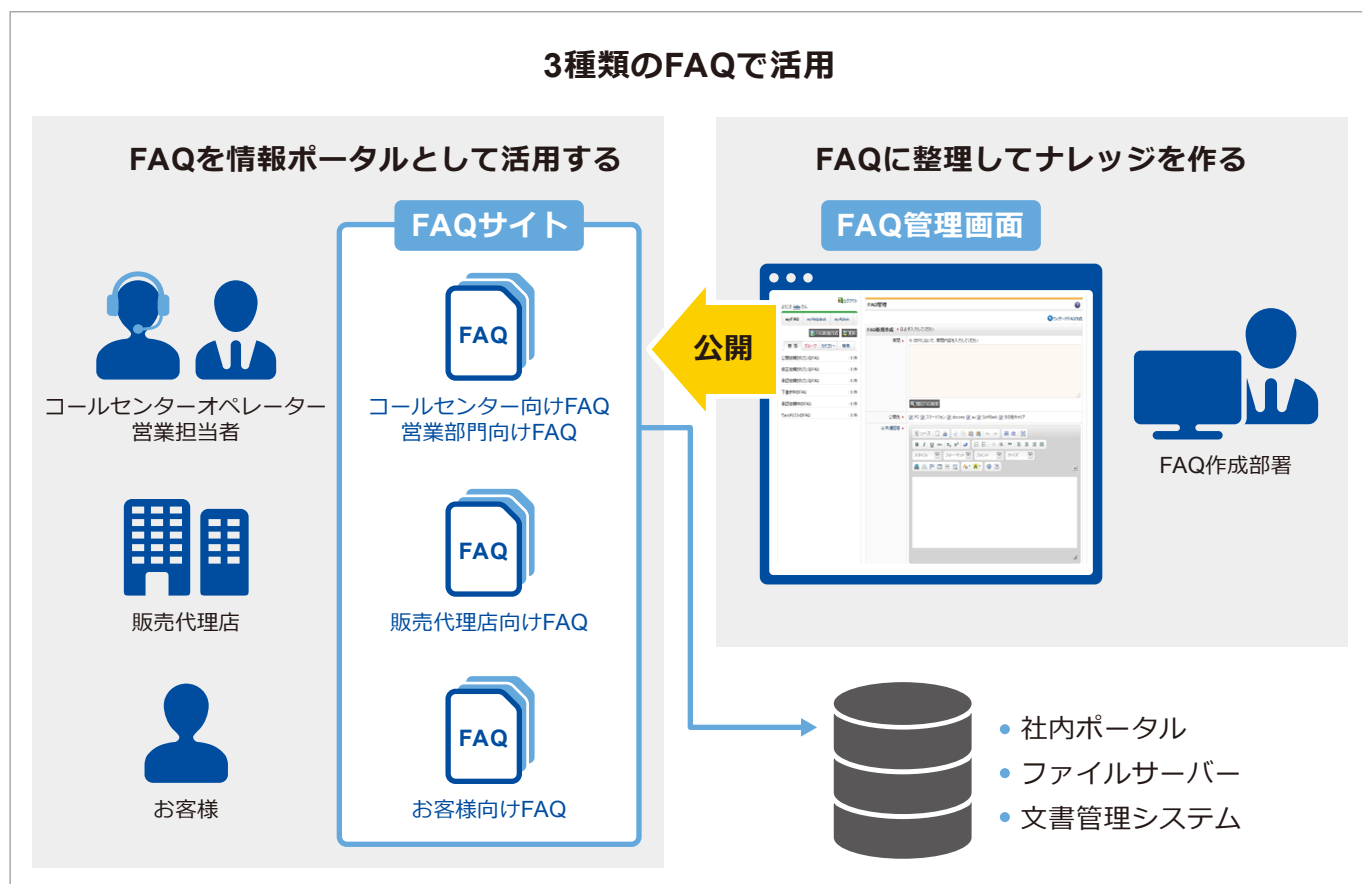
ですが、システムの検討段階でもうあまり時間がなかったです。オウケイウェイヴさんはそんな条件でも、実施しなくてはいけないタスクとスケジュールを具体的に提示していただき、頑張っ間に合わせます、とはっきりおっしゃってくれました。それが決め手ですね。こちらは素人なのでオウケイウェイヴさんが持つノウハウが頼りになりました。

カスタマー相談センターではどのような苦勞がありましたか。

角出氏: FAQを作るのに必要な事項を揃えなくてはならない、という部分で苦勞しました。特に大変だったのは、過去のデータの確認です。過去の問い合わせ履歴は残してあったのですが、いただいたご質問に対して我々が回答し

た内容が本当に正しかったのか、といったことを改めてチェックする必要がありました。カスタマー相談センター内だけでは確認できないものが多かったので、他部所に協力をお願いしました。その際、回答の「てにをは」なども併せてチェックしました。ホームページに優先度の高いFAQを掲載するにあたって、優先順位を付けるのも大変でした。IT部門にお願いして過去のデータを調査してもらい、どういう問い合わせが多かったのか、といったことを調べました。

3種類のFAQで活用



現在7000~8000件のFAQがあるとうかがっています。FAQの更新など、システムはどのように運営されていますか。

山本氏:基本的にFAQの選定、作成、サイトへのアップロードはカスタマー相談センターが担当しています。FAQは、質問の多いもの、これだけはお知らせしなくてはならないというもの、ここ最近の流行、などから作っています。カスタマー相談センターの中に、FAQをメインに担当するグループがあります。

FAQを導入して、どのようなメリットや効果を感じていらっしゃいますか。

山本氏:FAQを利用されたお客様にはアンケートをお願いしていて、問題を解決できたかをうかがっています。そのアンケートコメントや、統計レポートの結果を基にFAQを見直しています。アンケートコメントのご意見は非常に参考になるので、FAQだけでなく業務自体の見直しにも生かせるのではないかと考えています。システムを導入してまだ日が浅いですが、ここ数カ月でやっと安定してきたと感じています。

オペレーター向けのFAQでも活用されているとのことですが、利用状況はいかがでしょう。

角出氏:オペレーターは理化学の実験に詳しい訳ではないし、研究者でもありません。そのため、お客様である研究者の方のお話が理解できないことについては、大きな不安があったようです。FAQは、そうした不安を解消する一助になっています。オペレーターに役立つ

FAQができれば、それをお客様に公開しても同様に有用だろうと感じています。

FAQのSEOが非常にうまくいっているそうですね。外部サイトからアズワン様のFAQに辿り着いている方が多いようです。

山本氏:はい、当社のFAQへのアクセスの内、検索サイトから辿りついていただく割合が55%と、非常に高いです。この状況は、FAQへの外部流入が非常に多いということですので、キーワードで検索をしてきた方がFAQ経由で弊社サイトへの誘導ができていないかと想定しており、サポートだけでなく

マーケティングとしても活用できているのではないかと考えています。

FAQの導入は、お客様にはどのようなメリットがあると考えていますか。

山本氏:我々のお客様には、例えば研究者の方のように、人と話をするよりも自分で調べて納得したいという方が多くいらっしゃると思います。そういった方にはとてもメリットがあると思います。また、コールセンターにお電話が多くて取りきれない時間帯や、営業時間外などに、FAQを見ていただいて問題が解決することが増えれば、と考えています。

The screenshot displays the Asahi Glass (アズワン) website's FAQ section. At the top, there is a navigation bar with links for 'よくあるご質問' (FAQ), 'アズワンについて' (About Us), '商品について' (Products Information), 'IR情報' (Investor Relations), '採用情報' (Employment Information), and 'お問い合わせ' (Contact). The main content area is titled 'よくあるご質問' and features a search bar with a '検索する' (Search) button. Below the search bar, there are sections for 'Info&News' with a list of recent news items, '最新のFAQ' (Latest FAQ) with a list of frequently asked questions, and '閲覧の多いFAQ' (Most Viewed FAQ) with a list of popular questions. At the bottom, there are two boxes for 'よくあるご質問' with icons representing '取扱説明書' (2477件) and 'ご利用に関して' (1件). The page footer includes the text '3種類のFAQで活用' (Utilized with 3 types of FAQ).

現在行っている取り組みを今後どのように発展させようと考えていますか。

角出氏: 検討していることは二つあります。一つは動画の活用です。「百聞は一見に如かず」、ということがあるので、動画にした場合のメリットはかなりあるだろうと思っています。もう一つは、ある分析手法などを入力した際、それを実行できる機器を一覧表示する機能を追加したいと思っています。当社は研究者の方に必要な製品をすべて扱っている、ということ売りしています。研究者の方がやりたいことなどを打ち込んだら、必要な機器がすべて表示される、といった形のサイトを作りたいです。

FAQサイトがそのように使えるようになると、用途はサポートだけではなくりますね。

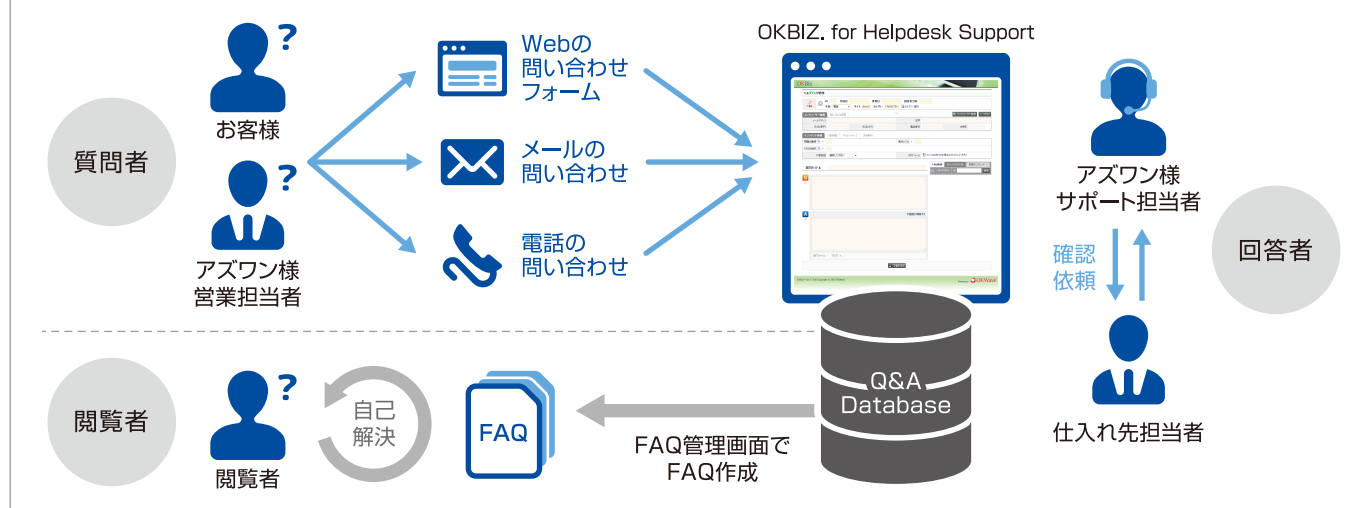
角出氏: その通りです。販促にもFAQは使えるのではないかと考えています。今まではお客様の質問に対する受けの姿勢で作っていましたが、能動的に攻めるような目的にもFAQは使えると考えています。

FAQに加えOKBIZ. for Helpdesk Supportも導入していただきました。問い合わせ管理システムとFAQを連携した取り組みについて、今後の展開を教えてください。

角出氏: メール、電話、問い合わせフォームでのすべての質問をOKBIZ. for Helpdesk SupportでQ&Aデータベースに取り込んでいます。9月に導入したばかりなので、オペレーターにはこのシステムに慣れてもらって、ここから新しいFAQを作る際のヒントを得るという流れができればと思っています。

メール/Web/電話からの問い合わせ受付

メール、Web、電話からの問い合わせをヘルプデスクで受付・履歴管理を一括で実現し、FAQ改善活動を実施



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.