



お客様にとって、 より探しやすく、 使いやすいFAQを目指して

調理家電製品、生活家電製品、リビング製品などの製造・販売を手掛ける象印マホービン。同社は以前から独自に作成したFAQを活用していたが、使い勝手の向上やアクセス状況の細かな分析などを目的にOKBIZ. for FAQの導入を決定、2014年10月から本格稼働させた。

2016年の1月時点でホームページ上の「お客様サポート」に掲載しているFAQと取扱説明書には月間35万ページビューを超えるアクセスがあるという。OKBIZ. for FAQを導入した狙いやその効果、今後の展開についてCS推進部サブマネージャーの西川一浩氏に聞いた。

「暮らしを創る」お客様志向を体現するCS推進部の役割

象印マホービンの事業内容を教えてください。

「暮らしを創る」という企業理念のもとに、当社の製品を通してより豊かな生活を送っていただきたいと考えて商品を開発・販売しています。

具体的には炊飯ジャーや電気ポット、ステンレスマホービン、ガラスマホービン、ホームベーカリー、コーヒーメーカー、空気清浄機、衣類乾燥除湿機などがあります。

CS推進部の役割はどういったものなのでしょうか。

「お客様の満足のためには努力を惜しまない」という弊社の経営姿勢の1つとして掲げている「お客様志向」を実現するため、CS推進部の名前の通りお客様満足(Customer Satisfaction)を向上させる役割を担っています。具体的には「お客様ご相談センター」に寄せられるお客様からのお問い合わせの対応や、お預かりした修理品の修理日数短縮等のアフターサービス、品質情報のフィードバックによる商品の品質改善等の業務を行っています。ま

た、ホームページの「お客様サポート」ページも担当しています。

「お客様サポート」のページでは内容の充実と共に、お客様が必要とする情報を探しやすくすることで、できるだけお客様に自己解決を図ってもらえるよう改善活動を続けています。

お客様にとって、より探しやすく、使いやすいFAQを目指して

FAQについて教えてください。

OKBIZ. for FAQを導入する以前からFAQは作られていたのでしょうか。

はい。専用ツールなどは活用していませんでしたが、HTMLにてテキストで作ったFAQを載せていました。当初は数が少なく、例えば当社のメイン商品である炊飯ジャーに関しては48個のFAQしかありませんでした。その後、内容の充実と新しいFAQを追加し、炊飯ジャーについては約4倍の189個のFAQにしました。

FAQを追加したいと考えたきっかけは何だったのですか。

FAQを充実させることでお客様の自己

解決率を向上させ、結果としてコールセンターへの着信が減るとともに応答率も向上し、お客様満足の向上にも繋がると考えたことです。また、様々な企業のFAQが充実している中、当社FAQの体裁が古く、質や量の面で劣っているように感じていました。FAQを追加する際は「お客様ご相談センター」にアンケートを採り、お客様からのお問い合わせの多い項目を追加したり、他社を参考にしました。

FAQの数が増えても課題は残っていたのでしょうか。

FAQが増えた結果、今度はお客様が求めているFAQが探しにくいということが問題になりました。数が少ないとき

は探しやすかったのですが、FAQが増えたことでカテゴリーも増えてしまい、内容をどう見せるかが大きな課題になってきました。またFAQの分析機能も弱かったので、分析を通してサイトの改善をするといったことができませんでした。関連するFAQや閲覧の多いFAQ等の表示もなく、0件ヒットのキーワードを調べる機能もありませんでした。

FAQシステムの導入の際は、いろいろなツールを検討されたのでしょうか。

はい。検索機能や分析機能が充実しているツールを導入したかったので、その基準に当てはまる3社のシステムを検討しました。

象印マホービンがFAQシステムを選定したポイント

その中からOKBIZ. for FAQを選んでいただいた理由はなんですか。

他社で多く採用されているなど、実績が豊富にあったことは大きな理由の一つです。また、お客様が探しやすい検索機能が実装されていたこと、FAQサイト改善のための分析機能が充実していました。そのほかに、お客様向けのFAQと社員向けFAQを併設できるマルチサイトの機能にも魅力を感じました。今後、よりFAQの活用範囲を広げたいと考えたときに、容易に実現できる点と拡張性の高さを評価しました。

FAQシステムをご導入いただいたのはいつでしょうか。

システムを納品してもらったのが2014年の7月です。本稼働は2014年10月でした。その間、まずカテゴリーをどのように設定するかを決定し、従来のFAQをOKBIZ. for FAQのFAQシステムに移行しました。

次に実際の画面を見ながら画面レイアウトをどのように設定するか試行錯誤しました。9月には社内でも閲覧できるようにし、10月からお客様向けに公開しました。

移行の際、どのようなことに苦労されましたか。

OKBIZ. for FAQを導入する前にFAQの数を増やしたので、移行しなくてはならない項目が多く大変でした。FAQの回答内容を決めるには開発部門の承認が必要ですが、どこまでの内容を掲載するかで開発部門とCS推進部の間に意見の違いがあり、調整するのに時間がかかりました。

スマートフォンなどを利用して取扱説明書の情報を検索し、 問題解決されるケースが増えた

ホームページの「お客様サポート」ページには、FAQに加えて取扱説明書も沢山掲載されていますね。

取扱説明書のPDFデータをOKBIZ. for FAQにて掲載しています。最近は紙の取扱説明書を保管せずにスマートフォンやタブレット端末などで見るお客様もいらっしゃいますし、取扱説明書が欲しいといったお問い合わせをいただくことも多くあります。

製品をご使用中に発生したトラブルをお客様ご自身がスマートフォンなどを利用して取扱説明書の情報を検索し、問題解決されるケースが増えたのだと思います。

また、「よくあるご質問」のコーナーでは、取扱説明書の中から特に重要な部分を判りやすく切り出したものも掲載しています。

FAQの追加・改善のプロセスはどのようなものですか。

1カ月周期で見直しを行っています。毎月21日スタートで翌月20日に閉める、といった具合です。現在、メインになっているのは0件ヒットを減らすことです。0件ヒットの内容を見て、お客様が問い合わせたいものが用意されていない場合はFAQを増やしています。また、類義語検索のワード設定によって0件ヒットを減らすことにも力を入れています。この部分では、OKBIZ. for FAQの特性の問題もあって、少し苦勞をしています。

どういったことでしょうか。

例えば、炊飯ジャーや電気ポットでは「ふた」と呼んでいる部分が、ステンレスボトルの場合は、「キャップ」や「栓」になります。

単純に「ふた」と「キャップ」などを類義語にしてしまうと、炊飯ジャーを使用しているお客様が「ふた」で検索しても、

「キャップ」と記載された製品がヒットしてしまいます。まず商品を選択してから、そこに限定した類義語を適用して検索できるような仕組みがあれば変えたいと思っています。

この件については後日、御社から代替案をご提案いただきました。OKBIZ. for FAQの拡張性の高さを感じ、使用して良かったと思っています。

取扱説明書検索画面

お客様にとって、より探しやすく、使いやすいFAQを目指して

FAQへのアクセスはどれくらいあるのでしょうか。

2016年1月の「よくあるご質問」のコンテンツは月間9万4千ページビュー、取扱説明書は25万6千ページビューを超えています。取扱説明書は、以前は製品カテゴリーから選んでもらっていましたが、現在は品番で検索できるようにしました。この品番検索をご利用される方が非常に多いです。

OKBIZ. for FAQを導入されて実感されている効果があれば教えてください。

動画で説明するFAQなども追加したので、今まで以上にFAQを見ていただいている実感があります。問い合わせの数自体は、減少傾向にあります。ただ、元々減少傾向にあったので、OKBIZ. for FAQの効果かどうか切り分けるのが難しいところがあります。

レポートなど分析機能はどうでしょうか。

FAQの最後にある「役に立った」「役に立たなかった」といった回答や、ご記入いただいたご意見などを活用できるようになりました。クレームなどがあつた際も、リアルタイムにアクションを起こすこともできます。以前、FAQを追加・

更新する場合、外部の業者に依頼するという流れで、公開するまで時間がかかっていました。現在は、我々の部署だけで更新ができるので、やろうと思えばリアルタイムにFAQを見直せます。

今後、「お客様サポート」という観点で考えられている施策があれば教えてください。

現在、お客様ご相談センターでお客様対応をしている際、オペレーターもOKBIZ. for FAQを利用して回答してい

るケースがあります。オペレーター向けに、もっと早くFAQを探せる仕組みを用意したいと思っています。

もう一つ、「お客様相談システム」と呼んでいる社内システムがあり、これまでお客様からいただいた様々な問い合わせやご要望を登録しているのですが、この内容をFAQ化して利用したいと考えています。手書きのPDFデータや音声データのまものものもあるため、どのような手順でテキストにしているか、検討しているところです。



The screenshot shows the OKBIZ. for FAQ interface. At the top, there's a navigation bar with 'HOME', 'サイトマップ', and 'お問い合わせ'. Below that, there are tabs for '商品情報', '知る・楽しむ', and '企業情報', with 'お客様サポート' highlighted. The main content area displays a question: '炊飯ジャー(極め羽釜タイプ)の内ふたセットがすぐにはずれてしまいます。' (The inner lid set of the rice cooker (Extreme Kamado Type) comes off immediately.) Below the question is a video player showing a person's hands demonstrating how to correctly attach the inner lid to the rice cooker. The video title is '内ふたセットのつけ方' (How to attach the inner lid set). Below the video is the text: '内ふたセットの下部の両端のツメを外ふたのツメ差込み部にしっかりと差し込み、内ふたセットの上側左右両端を外ふたに押し込んで取付けるようにしてください。(内ふたセットの下部がしっかりと溝に差し込まれていないと、外ふたを開けたときに内ふたセットがはずれてしまいます。)' (Please insert the tabs at the bottom of the inner lid set into the tab insertion part of the outer lid firmly, and push the top left and right ends of the inner lid set into the outer lid. (If the bottom of the inner lid set is not inserted into the groove properly, the inner lid set will come off when you open the outer lid.))

動画FAQの掲載例

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.