



お客様からの声を収集し 製品の品質改善や サポート改善に 取り組んでいます

サードウェーブデジノスは、パソコンの企画から製造までを手掛ける企業だ。ゲームでの利用を想定したハイスペックマシン「ガレリア」シリーズや、映像・ビデオ編集といったクリエイターの利用を想定した「レイトレック」シリーズなど、各分野で高い評価を得ているブランドを持っている。同社ではサポート強化のため、OKBIZ. for FAQ / Helpdesk Supportを利用している。それらを導入した狙いやその効果について、株式会社サードウェーブデジノスの高橋翔太郎氏と、加賀谷好史氏に話を聞いた。



生産物流統括本部
CS事業部 部長
高橋 翔太郎 氏



生産物流統括本部
CS事業部 ソリューション課
サポートコンテンツセンター センター長
加賀谷 好史 氏

サードウェーブデジノスの事業内容を教えてください。

高橋氏:主にパソコンの製造、企画、開発などを手掛けており、「ガレリア」、「レイトレック」といったブランドの企画もしています。販売については同じサードウェーブグループのドスパラが手掛けています。

製品の強みはどんなところでしょうか。

高橋氏:汎用的な製品を作るメジャーなパソコンメーカーと違うところは、ゲーム用パソコンの分野で知られているところです。1~2位を争うブランド

力があると思っています。ゲーム向けの「ガレリア」ブランドでは、ゲームメーカーさんと連携して、“推奨パソコン”という形で販売しています。

CS事業部の担当するサポート業務について教えてください。

加賀谷氏:お客様のメールの受付のほか、販売ではチャットサポートも行っています。製品販売のページにチャットの窓があり、そこから利用できるようになっています。購入前のお客様から購入に関する相談をお受けすると、製品購入後のアフターフォローが主です。不具合があったパソコンをお預かりして修理する、といったこともし

ています。

お客様対応では、どのような点に気を付けていますか。

加賀谷氏:お客様の声を製品の企画や販売に活かせるようにしています。例えば、企画の部署で作っているパソコンとお客様のニーズがずれている場合にそれを伝え、お客様から同じ問題についてのお問い合わせが多いときにはサポートに突発的な問題が起きていることを伝える、といった具合です。

お電話でのお客様対応中に分からないことがあった場合、社内で詳しい者を探して聞く、いわゆる俗人化された状態でした

2007年3月のシステム導入以前にはどのような課題があったのでしょうか。

加賀谷氏:FAQはあったのですが、内容が薄く、更新も全くしていませんでした。そのため載っている情報が最新のものか分からず、サポートの担当も「ここに載っている情報をそのまま伝えていいのか」と迷って、確認作業が発生することが多くありました。検索性もあまりよくありませんでした。そんな状態だったので、お電話でのお客様対応中に分からないことがあった場合、社内で詳しい者を探して聞く、いわゆる俗人化された状態でした。詳しい者が仮にいたとしても、他の仕事に取りかかって

いるとリアルタイムには対応できません。そのためお客様を長くお待たせしてしまっていたり、品質にも大きな差が出ていました。

メールでのお問い合わせについての課題はありましたか。

加賀谷氏:以前使っていたメールシステムは別の会社のものだったので、ログを探すのが非常に難しく、同じお客様からいただいたメールを紐付けできませんでした。そのため、過去のお問い合わせを探すのにとっても苦労しました。

OKBIZ. for FAQ / Helpdesk Supportの導入後はそうした課題は解消されましたか。

高橋氏:お客様単位でお問い合わせを管理できるようになったので、メールについても、案件の紐付けが非常に楽になりました。また、ご質問いただいた内容をすぐにFAQ化して活用することが可能だったため、FAQの追加・更新にも非常に有効でした。さらに、オペレーターはFAQを見て回答できるようになったため、お電話への回答の品質は一定になりました。

クレームに発展しやすい問い合わせが、事前にFAQを見せることで大幅に削減

導入による効果が分かる、具体的なエピソードなどがあれば教えてください。

加賀谷氏:2007年当時、薄型の液晶が販売され始めたタイミングでした。液晶は、一定確率で「ドット抜け」と呼ばれる事象が発生し、これは生産でどうしても出てしまう避けられない問題であるとして、メーカーでも初期不良としての対応はしませんでした。そうしたことをご存じないお客様から、1日2~3件クレームに発展することもありました。お話しでもご理解いただくのが非常に難しかったのですが、通販サイトのFAQに、メーカーのドット抜けに対する説明

ページへのリンクを貼ったところ、お問い合わせがほぼなくなりました。

最近でもFAQによってお問い合わせが大きく減ったようなケースはありますか。

高橋氏:最近の事例としては、Windows 10関連のFAQがあります。無償のアップデートにどのモデルが対応するのか、アップデートにあたってどのようなことが必要なのか、といったお問い合わせが多くあったので、専用のFAQページを作ることにしました。我々で事前に不具合を検証して掲載したところ、お問い合わせが一気に無くなりました。

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。

クレーム案件の場合、1回の電話対応に要する時間が最大120分程度掛かっていましたが、10～15分にまで削減できました

2007年の導入後、FAQの運用はどのように行われましたか。

加賀谷氏:2009年から2010年にかけて、FAQを強化するプロジェクトを作りました。メンバーはコールセンターでメール対応している担当者でした。古いものを新しくし、新たなFAQも多く追加しました。それまで外部に公開していなかった情報でも、内容を整理し、お客様のお役に立てるものに関しては公開するようにしました。

その結果、クレームに発展してしまった案件の場合、1回の電話でのお問い合わせ対応に要する時間がそれまで最大120分程度掛かっていましたが、10～15分にまで削減できました。また、売り

上げが伸び、それに比例してFAQの閲覧数も伸びたのですが、電話・メールでのお問い合わせの数はそのままでした。様々な改善施策を実施した結果ではありますが、FAQの効果も大きいと考えています。

お問い合わせ管理システムの運用についてはいかがでしょうか。

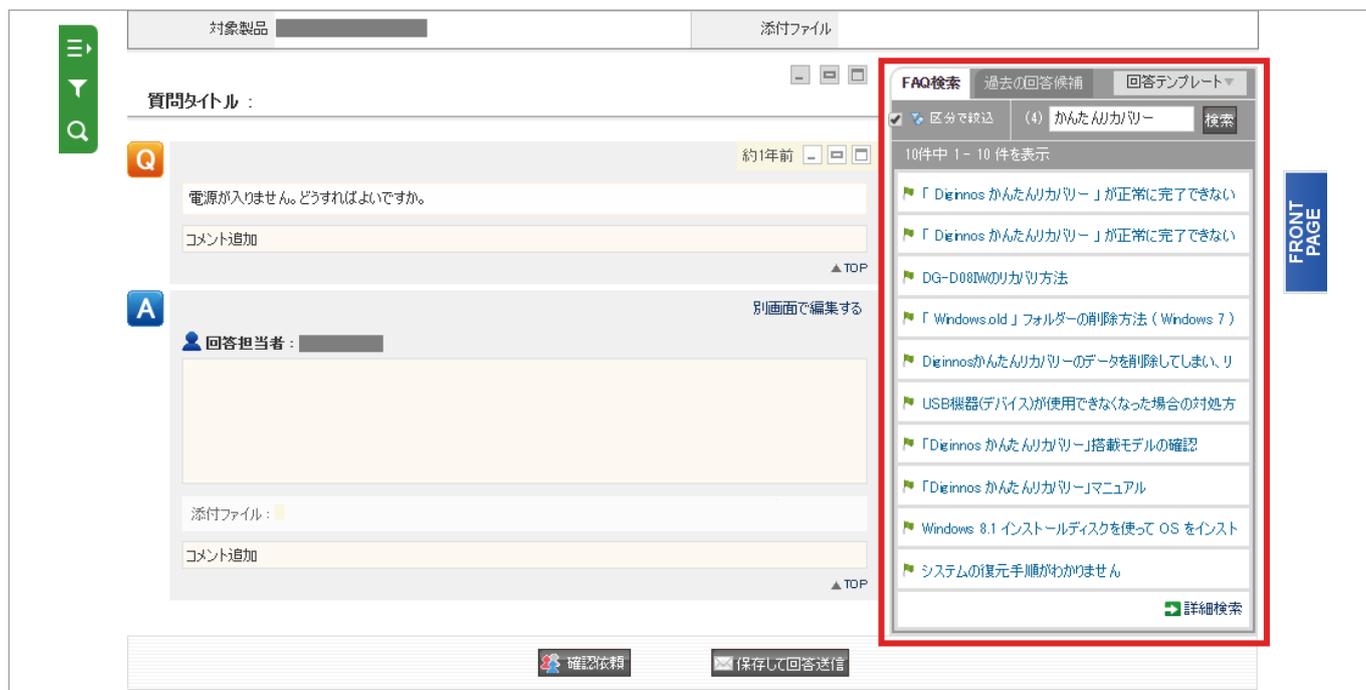
加賀谷氏:メール対応についても、返信の際に問い合わせ画面から内部向けのFAQを検索(※1)して、参照することで回答品質を高めることができました。また、回答内容にFAQへのリンクを貼って説明したり、回答テンプレートを活用することで、少ないやり取り

の回数で問題を解決できるようになりました。

お問い合わせ管理機能をどのように使っていますか。

高橋氏:お問い合わせに対応する窓口が複数あるので、お問い合わせの内容に応じて対応部門を振り分けて利用しています。買い取りであればリユースの担当に、ご購入であれば通販の部署に、店舗関連であれば店舗の事業部に、といった具合です。

※1 FAQ検索機能:問い合わせ対応画面にて、回答候補となるFAQを検索することができる機能。回答業務の効率化と回答品質の平準化を図ることができる。



対象製品 [] 添付ファイル []

質問タイトル :

電源が入りません。どうすればよいですか。

コメント追加

約1年前

回答担当者: []

別画面で編集する

添付ファイル: []

コメント追加

確認依頼 保存して回答送信

FAQ検索 過去の回答候補 回答テンプレート

区分で絞り込 (4) かんたんリカバリ 検索

10件中 1 - 10 件を表示

- 「Diginos かんたんリカバリ」が正常に完了できない
- 「Diginos かんたんリカバリ」が正常に完了できない
- DG-D08NWのリカバリ方法
- 「Windows.old」フォルダーの削除方法 (Windows 7)
- Diginosかんたんリカバリのデータを削除してしまい、リ
- USB機器(デバイス)が使用できなくなった場合の対処方
- 「Diginos かんたんリカバリ」搭載モデルの確認
- 「Diginos かんたんリカバリ」マニュアル
- Windows 8.1 インストールディスクを使って OS をインスト
- システムの復元手順がわかりません

詳細検索

FRONT PAGE

回答画面(FAQ検索を活用した問い合わせ対応が可能)

お客様からの声を収集し製品の品質改善やサポート改善に取り組んでいます

よく使う機能などはありますか。

高橋氏: アクセス分析のレポートや、お客様へのアンケート結果などをよく参考にしています。その際には、サーベイ機能(※2)をつかって、お客様からの声を収集し製品の品質改善やサポート改善に取り組んでいます。週次で会議をするのですが、その際にサーベイ機能で収集したデータを基に話し合うことが多いです。

レポートでは何をチェックしていますか。

加賀谷氏: よく見られているFAQや検索されているワードを確認したり、お問い合わせの傾向を分析しています。また、何らかの突発的な事象が発生したときに原因を追求するためにチェックしたりします。

そのほかに重視されている指標はございますか。

高橋氏: お客様の満足度、応答率などのサービスレベルですね。セールス担当の



※2 サーベイ機能:お問合せをしたお客様から、顧客対応自体の評価などをアンケート収集できる機能。

場合、電話の応答率が下がると売り上げが下がってしまいます。そのため応答率に関しては、サポート担当よりも高い目標を設定しています。メールでは、どれくらいの時間で何%返しているか、といったことを重視しています。また、お客様から「ありがとう」という言葉をど

れくらいいただけるかという目標も定めて、その数をカウントしています。

オウケイウェイヴへの評価や、今後期待することなどがあれば教えてください。

高橋氏: すごくありがたいのは、お願いした機能要望にも真摯に対応していただけたところですね。最新バージョンを利用していますが、ツールが進化してどんどん使いやすくなっていますので、今後も更なるバージョンアップに期待しています。



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.