

審査員特別賞

ソースネクスト

電話からWeb・メールサポート重視へシフト 24時間以内メール返信率90%以上の体制を確立

Webサポート、とりわけEメールでのサポートに特化したカスタマーセンター運営を実現している企業は数少ない。そのなかで、ビジネス系パソコンソフト製造・販売会社、ソースネクストは、電話重視からWeb・メールサポート重視にシフト。24時間以内メール返信率の指標化を確立した。

約3年前、同社製品の平均価格を1本あたり5000円前後から1980円の価格帯へ移行したことで、販売本数の大幅な上昇に比例して、問い合わせ件数も急増することが予測された。使命は『販売本数が増えても問い合わせは増やさない』こと。しかも、サービスレベルを下げることなく、ユーザーと信頼の関係を築くにはどうしたらよいか。同社では、ユーザー調査を行い、①5割以上がま

ずWebを利用していることから、FAQ拡充が最重要ではないか、②中心ユーザー層である30代から50代のサラリーマンの活動パターンから、好きな時に確認・問い合わせができるWebサポートがニーズに合うのではないか、という仮説を立てた。

問い合わせの6割をFAQ拡充で解決 4割はメール対応品質がポイント

そこで、電話重視からWeb・メール重視のサポート方針を打ち出し、Web導線を整理してWebサポート体制の確立を目指した。「WebのFAQによりお問い合わせの約6割は解決可能と判断しましたが、残り4割はEメールの対応品質がポイントでした。メールの充実により電話サポートを極少まで抑制できると考えた



アドミニストレーショングループ CS推進チームの大松慶子氏

のです」と、アドミニストレーショングループ CS推進チームの大松慶子氏は語る。

メール充実の具体的施策として、①問い合わせへの早期回答・・・メールテンプレート作成のルール化、②イレギュラー対応案件の集約・・・「一件楽着」(イレギュラー案件ルール集)の確立、③メール(FAQ)の文章表現の均一化・・・「赤ペン先生」講座実施、④メール返信内容の品質向上・・・Eメール評価、に取り組んだ。

効果測定の結果、まず定量効果としては、問い合わせメールの24時間以内返信率が、取り組み前(2004年6月時点)の40%から、2006年3月時点で92%に大幅に向上した。また、定性効果としても、「お客様の声」の定期調査で好評を得た。

プロセスにおいては、プロジェクトをただ単純にPDCAサイクルで廻したのではなく、推進担当者全員参加の“らせん形”会議を密に行うなど、独自の取り組みも功を奏した。

Eメール対応品質改善(時間短縮)

