

超FAQで  
カスタマーサポートの

「お客様満足」

「属人化」

「問題の高度化」

の三大課題に挑め

# 目次

---

1. カスタマーサポート現場の課題
  - ・お客様満足
  - ・属人化
  - ・問題の高度化
2. 課題解決へのアプローチ
  - ・FAQの整備と活用
  - ・現場対応力の強化
3. 超FAQで必要なナレッジを網羅
  - ・超FAQのポイント1: 既存コンテンツの活用
  - ・超FAQのポイント2: ちゃんと見つかる
  - ・超FAQのポイント3: ナレッジの動脈・静脈

# カスタマーサポート現場の課題：お客様満足

私たちアクセラテクノロジーは、ナレッジマネジメントを実践するご提案を通して、多くのカスタマーサポートの現場をご支援してまいりました。その中で、お客様から頻繁にお伺いする課題は大きく3つに分類されます。

1. お客様満足
2. 属人化
3. 問題の高度化

まず、「**お客様満足**」について見ていきましょう。

カスタマーサポートと言えば、お客様満足の向上が重要なテーマであり、皆様すでに様々な取り組みを行われていることと思います。しかしながら、弊社にご相談いただくお客様からは、

- ・製品サイトを見ても、必要な情報が見つけれず、お客様自身で自己解決ができない
- ・問合せ数が多く、また一件の対応に時間がかかるため対応率が上がらない
- ・オペレーターの対応スキルに知識や経験差があり、平準化されていない

というお困りごとをよくお伺いします。

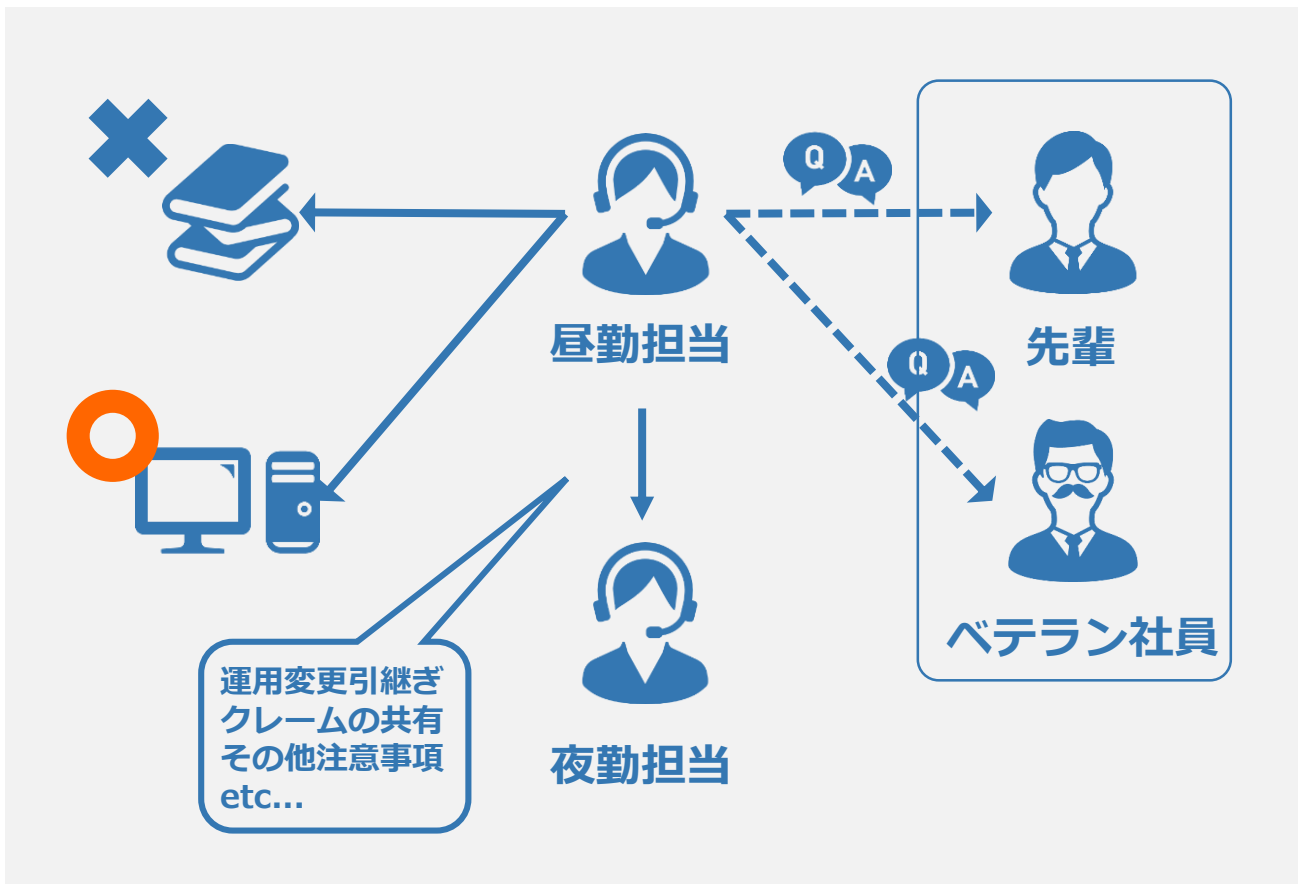
また、最近では業務のテレワーク化も考慮しなければならず、これらの課題をさらに解決しづらいものになっています。

# カスタマーサポート現場の課題：属人化

2つ目は「**属人化**」の問題です。

コールセンターやフィールドサポートにおいて、新人担当者が常に先輩や上司に聞かなければ問題解決できないような状況は、業務の生産性向上のボトルネックになるだけでなく、業務継続のリスクにもなり得ます。

先輩社員の不在時や、シフト間での引継ぎ時、さらにはベテラン社員の退職後も、紙や口頭ではなく、ITの力を活用し誰もが自己解決できる環境を作ることが求められます。



# カスタマーサポート現場の課題：問題の高度化

3つ目は「問題の高度化」です。

問題の高度化を引き起こす背景はいくつかあります。

まず、商品単体がそもそも複雑化していることです。

金融や保険といったサービス商品であれば、その契約内容やオプションは毎年のように見直されます。また、工業製品や家電製品の場合は、技術の発達に伴い、より高度な機能が追加されていきます。

次に、商品数の増加です。新商品が出たからといって旧商品のユーザーがいなくなるわけではありません。サポートの現場では、限られた人員リソースで、新旧様々な品目のサポートを実施する必要があります。

そして、商品のソリューション化も、問題の高度化を引き起こす要因です。装置や設備のメーカーにおいては、自社製品だけでなく、他社製品と併せた販売・保守サポートを行うケースが増えています。そこでは、関連する商品・サービス・他社製品など、複合的な知識を総動員した対応が求められます。



商品の複雑化



商品数の増加



商品のソリューション化

# 課題解決へのアプローチ：FAQの整備と活用

これらの課題への対応策としてよく上がるのがFAQの整備と活用です。

FAQはたしかに有用なナレッジですが、それだけですべて対応するのは難しいのではないのでしょうか。

サービスが増えるにつれて問合せの種類は年々増加していき、膨大なパターンへの対応が必要となります。

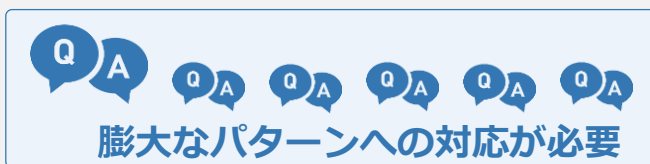
そのすべてに対しFAQを用意するのは現実的とは言えません。

また、サポート開始当初に想定していなかったまれなお問合せも発生するでしょう。そのようなケースにも、都度FAQを作成するべきでしょうか。

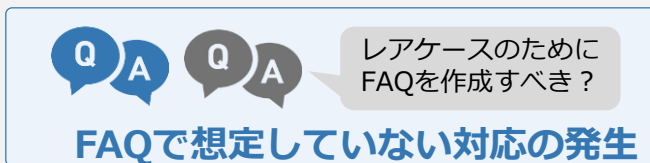
さらに、せっかくFAQを作っても、情報が探しづらいと使われなくなり、一度作ったまま放置されてしまい、情報が古くなってしまふ、というケースもあり得ます。



Frequently Asked Question  
→よくある質問



膨大なパターンへの対応が必要



FAQで想定していない対応の発生



作っても使われない・探せない

**FAQだけで現場の全てに対応するのは難しい**

# 課題解決へのアプローチ：現場対応力の強化

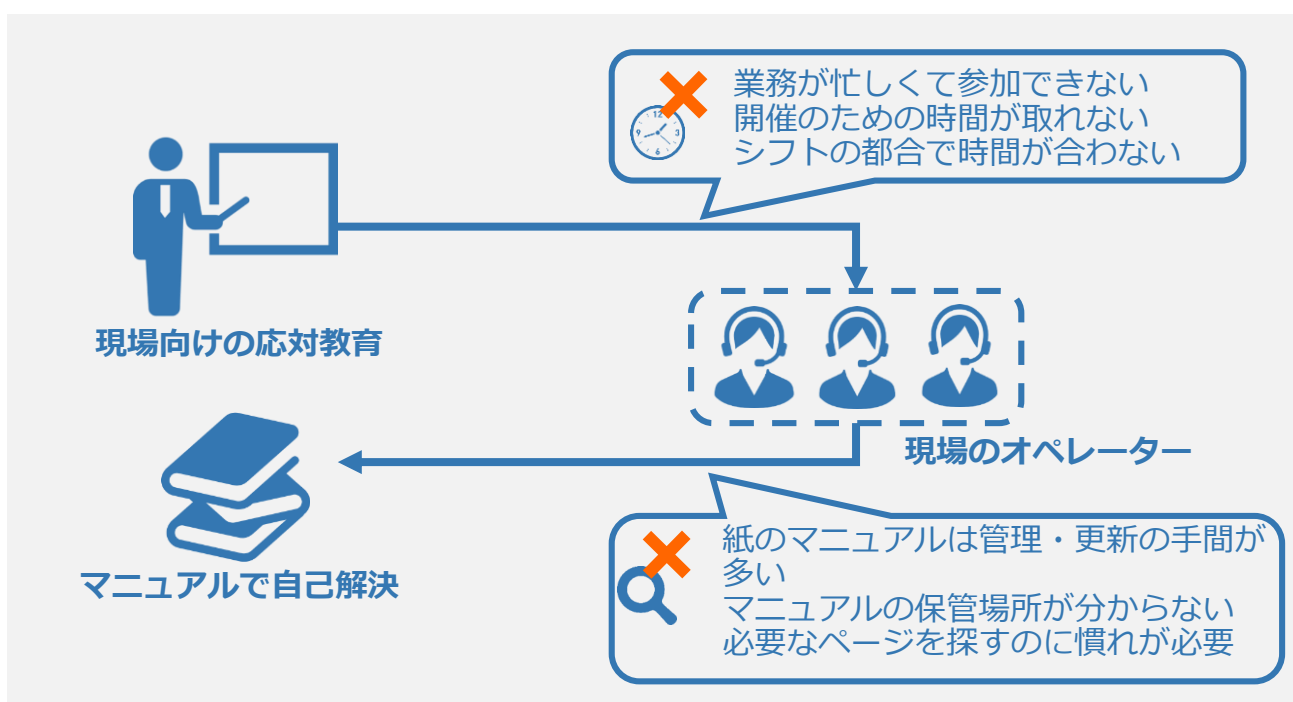
FAQ整備以外にも、現場対応力強化のための試みはあります。

たとえば、コールセンターのオペレーターに対応教育を行ったり対応マニュアルを用意して自己解決を促すことが挙げられますが、現場の人員リソースが限られる昨今、教育のための時間が取れずなかなかうまく進まないということも多いのではないのでしょうか。

また、せっかくマニュアルを作成しても、紙のマニュアルだと管理や再配布の手間が多かったり、どのマニュアルの、どこに何が書かれているかを把握するのに、知識差や経験差が生じることもあるでしょう。

これはフィールドサポートの現場に置き換えても、ほぼ同じことが言えます。サポートの現場では、対応中にその場で迅速に疑問点を解消できる必要があるため、マニュアルを使いやすい形で整備・最新化しておくことが重要となります。

こういったお困りごとを受け、アクセラテクノロジーが提案するのが「**超FAQ**」です。



# 超FAQで必要なナレッジを網羅

**超FAQ**とは、FAQに加えて、マニュアルや手順書など、社内に眠っている宝物のような情報を活用しやすい状況をつくり、問題解決に応用しましょう！という考え方です。

FAQシステムを導入してイチからFAQを構築するのではなく、**今ある情報 = ナレッジ**を存分に活用することで、お問合せ対応時の問題解決力を強化できます。

突然分厚いマニュアルや大量のドキュメントをただ手渡されても、すぐに使いこなせる人は少ないでしょう。しかし、よく使う箇所に付箋が貼ってあったり、ラインマーカーが引いてあれば、どこを見れば良いのかがすぐわかり、途端に使いやすいものになりますよね。

ITの力で、分厚いマニュアルや膨大な数のドキュメントを、使いやすい形で整備し、FAQに近い使い勝手を実現するのが**超FAQ**です。  
FAQのためだけのシステムを導入するのではなく、既に存在する宝物のような情報を横断的に管理し活用することで、生産性向上を実現できます。



**ITの力で各種ナレッジをFAQに近い使い勝手で活用**

# 超FAQのポイント1：既存コンテンツの活用

ここからは、超FAQの肝となる3つのポイントについてご説明します。  
1つめは「既存コンテンツの活用」です。



## 既存コンテンツの活用

対応業務で忙しい中、FAQを新規に次々と作成するような時間はなかなか取れないのが現実でしょう。それでも心配はいりません。コールセンターやサポートの現場はFAQに代わる有用なナレッジに溢れています。

マニュアル類はもちろん、電話対応のコールスクリプトや、YES/NO形式でお客様の問題を解決するディシジョンツリー、フィールドサポート現場でのチェックリストなども、立派なナレッジとして活用することができます。

さらに、スマートフォンやタブレットで、先輩社員の対応中の様子や、教育の場면을動画で撮影しておけば、これらもまた「有用なナレッジ」として活用できます。

### 既存のドキュメントを活用



### 対応中の様子や教育の場면을 画像や動画として撮影



# 超FAQのポイント2：ちゃんと見つかる

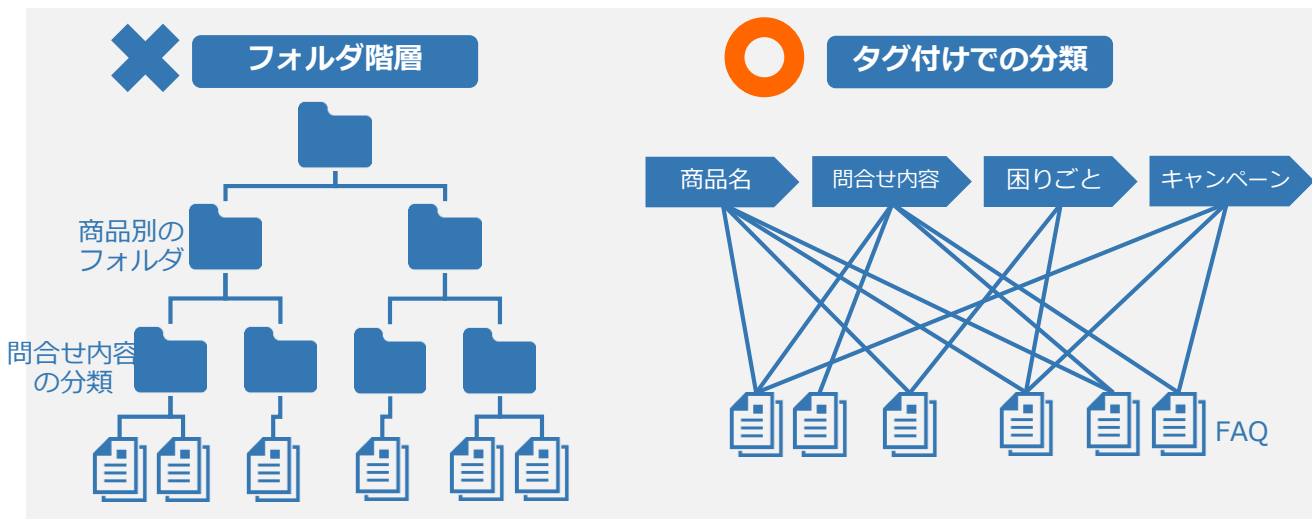
超FAQの肝となるポイント、2つめは「ちゃんと見つかる」仕組みです。

## 🔍 ちゃんと見つかる

FAQを管理する際、フォルダ階層を利用することは多いと思います。フォルダ階層は、格納先が明確であるという点ではとても良いのですが、どの情報がどのフォルダにあるかを把握していないと、必要な情報を見つけることができません。また、あとから階層構造を変えるのも難しいものです。

そこでわたしたちがおすすめるのが、「**タグ**」による分類です。たとえばコールセンターでお客様に用件をヒアリングする際の流れに沿って、「**商品名**」「**問合せ内容**」「**お客様のお困りごと**」「**キャンペーン**」等の分類でタグを作っておけば、ヒアリング内容をもとにタグを絞り込むことで、必要な情報に誰でも簡単に辿り着くことができます。

フォルダと異なり、タグによる分類整理は、管理が非常に柔軟です。業務や使われ方に合わせて複数の軸を用意することもできますし、使い始めてみて分類の見直しが必要だと気付けば、追加や削除が簡単に行えます。



# 超FAQのポイント3：ナレッジの動脈・静脈

超FAQの肝となるポイント、3つめはナレッジの動脈・静脈です。



## ナレッジの動脈・静脈

業務に関わるナレッジが現場の隅々まで循環していく仕掛けを、体内を巡る血液を循環させる血管に例えて「**ナレッジの動脈と静脈**」と私たちは呼んでいます。

まずナレッジ活用のプロセスの始まりとして、蓄積された形式知を業務の現場に伝える流れがあります。これが、「**ナレッジの動脈**」です。

しかし、一方通行の流れだけでは、そこで提供されているものが役に立っているか、知ることができません。また、実際に現場で使ってみた結果、内容に間違いや例外があったとしても気づけず、ナレッジの改善に繋がりません。

たとえば、新製品の発売時には、事前に「セールスマニュアル」や、「保守マニュアル」などの形で製品責任部門が必要な形式知を現場に届けていると思います。しかし、「こんな提案が効果的だった」、「この部品が壊れやすい」などの気づきは、現場にいる担当者だからこそ気づくものです。

このように、形式知を業務の現場に送るだけでなく、現場からナレッジを管理する推進部門へフィードバックする流れも重要となります。

この、担当者個人や各拠点からナレッジを吸い上げるのが「**ナレッジの静脈**」です。

個々の形式知に対してコメントしたり、社内ポータルのような仕組みを作ることによって現場の声を集めます。

# 超FAQのポイント3：ナレッジの動脈・静脈

それらをもとに、FAQやマニュアルを追加・更新し、より良いナレッジとして現場にあらためて展開する、そして現場はそのナレッジをもとに新たな気付きを得る…このサイクルを回すことが非常に重要です。

現場にある重要なナレッジを汲み上げ、業務に関わるナレッジを「動脈と静脈」のように現場の隅々まで循環させることができれば、ナレッジマネジメントはより有益なものになっていきます。



## 今後の進め方を相談したい

### お気軽にご相談ください

電話、メール、オンライン会議など  
ご希望の方法でご説明いたします。

ナレッジマネジメントに  
ついて相談したい  
製品のデモを見たい  
運用方法を知りたい… 等々  
お気軽にご相談ください！

## 自分のペースで検討したい

### 各種セミナー開催

事例やデモをご紹介しますオンラインセミナー、実際にFAQ作成を体験いただく体験型セミナーなど、各種セミナーを開催しています。



### 動画公開

超FAQの活用で生産性向上に取り組むお客様事例や、ナレッジベースの機能の詳細をご覧いただける各種動画を公開しています。



<https://www.accelatech.com/>

アクセラテクノロジー

検索

#### アクセラテクノロジー株式会社

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-19-19 恵比寿ビジネスタワー13F

TEL : 03-5793-5411 E-mail : [marketing@accelatech.com](mailto:marketing@accelatech.com)

<https://www.accelatech.com/>