



バッファロー

YouTube 活用、IVR 改善 「わかりやすい自己解決手段」を提供

電気やガス、水道に続く、“第4のインフラ”であるインターネット。スマートデバイスや電化製品など、あらゆるモノがネットワークを介してつながり、情報の検索・共有手段として利用されている。

無線LAN機器などを開発・販売するバッファローにとって、こうした時代の変化への即応は大きな経営課題だ。「近年は、一般家庭でも無線LANが当たり前に使われるようになりました。初めて製品を購入するお客様が増えています」と品質保証部CS課市場サポート係の八弮麻里氏は説明する。また、製品のラインナップは多様化、年間で700以上の新製品を発売している。新たなユーザーの疑問や課題は、従来のような比較的ITリテラシーの高い消費者を想定して作られたカスタマーサポートでは応えられない。実際、同社のアンケート調査では、Web

の「視認性の悪さ」「専門用語の多さ」や、IVRの「煩雑さ」が指摘され、有人対応への入電件数は増加するばかりだった。

そこで同社はサポート改善に着手。具体的には、①Webへの「動画Q&A」設置、②IVRの見直しに取り組んだ。

「動画Q&A」は、「スマートフォンやPCの無線接続設定」など、問い合わせの多いものが中心の解説動画コーナーだ。実機を使った一連の操作を“見せる”ことで自己解決を促す。設定に関連する専門用語は、目立つ色のウィンドウに説明文を表示、一時停止して確認できるようにした。動画を見ながら設定できるよう、少し遅いと感じるスピードで再生する。

「動画はすべて自主制作なので、ご要望に即応できます」と品質保証部CS課WEBサポート係の粟生弓子氏は説明する。



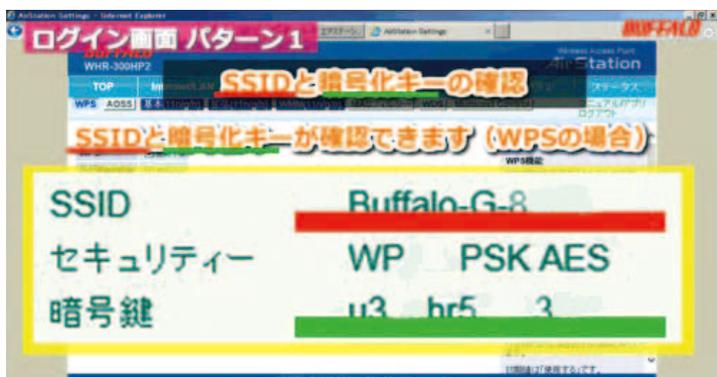
品質保証部CS課市場サポート係の八弮麻里氏(左)、同課WEBサポート係の粟生弓子氏(右)

無線LAN機器は“Wi-Fi”にユーザーがよく使う表現を採用

IVRの見直しについては、ガイドメニューの簡素化に加え表現を変更した。製品の多様化に伴い、問い合わせ窓口の構造が複雑化。かつては6階層におよぶガイドメニューの途中で離脱したり、適当な番号を押して窓口に接続するユーザーが増えていた。

まず、数年がかりでオペレータのマルチスキル化に取り組み、IVRを3階層に減らした。Web同様に専門用語だらけだったメニューの製品カテゴリ名にはユーザーがよく使う表現を採用した。見直しのポイントは、「ユーザーが普段どのような表現をしているか」。問い合わせ音声をもとに見直しを進め、無線LAN機器はWi-Fiといったように簡便な表現に置き換えた。

これらの取り組みにより、呼量は30%削減した。今後も積極的に改善を進める方針だ。



動画Q&Aの画面例