

[消費者 × 企業サイト]

充実したサポート提供で顧客満足度を向上させるための法則

Web サイトは、数ある企業との接点の中でサポートコンテンツとして消費者の不安や怒りの受け皿となる機会が多い場所といえます。消費者との重要な接点であることを軽視し、しかるべきサポート体制が整っていないと消費者はしだいに御社のサイトから離れてしまうでしょう。



背景

- ・商品に不備があった場合、その商品を扱う企業の Web サイトを訪れ問い合わせ窓口の連絡先を探したり、直接問い合わせができるメールアドレスや問い合わせフォームを探したりする。
- ・インターネットでは、自分を隠して意見を言える。自分の都合のいいときにアクセスして利用できる。



Web サイトを設けるということは、必然的にクレームに対応することを宿命付けられているといえる。



課題

- ・問い合わせ内容の収集や解析をしたことがない企業が多い。セクション単位では集計していても、会社全体での収集や解析をするケースはあまり見受けられない。
- ・次に同じような問い合わせがこないように、Web サイトを改善する流れが作れていない。



サイト構築のポイント

ユーザーシナリオを活用して整理する

- ・問い合わせやクレーム(=ユーザーのニーズ)を整理し、ユーザーが本来成し得たい事柄に対して Web サイトでは何をしなければならないか、抜け漏れなくリストアップする。
- ・Web サイト全体が訪れるユーザーにとってのサポート=問題解決のツールになることを目指す。



コンテンツの具体例

具体例を考えてみましょう

- ・検討前段階のユーザーに「啓蒙・知識習得」
- ・検討段階のユーザーに「選択に十分な商品情報」
- ・購入を決めたユーザーに「購入前後の支援」
- ・商品が存在する限り「責任範囲」
- ・解決方法への誘導
- ・手続きの案内ページは、ユーザーの状況別に振り分ける
- ・「解約」「キャンセル」方法も漏れなく記載する
- ・問い合わせフォームにもちょっとした気遣いをする

・案 1	
・案 2	



リスクと解決策

リスク

サポートコンテンツと既存業務との連携がはかれない



解決策

- ・業務フローを構築して関係部署と協議する
業務フローを図式化し、関係部署と協議して「その部署の業務である」と認めてもらう。そのためには、その部署に対して明確な目的と成果を提示する必要がある。



リスク

サポートコンテンツに古い情報や誤った内容を掲載してしまう



解決策

- ・掲載した情報を常に正しく、新鮮に保つために
情報の素材をどこから集めてきて掲載するのか、と同時に公開したあとに誰がどうやって維持するのかといった仕組みを確立させる。Web サイトの目的を定め、関連部署を巻き込んだ体制を固める。



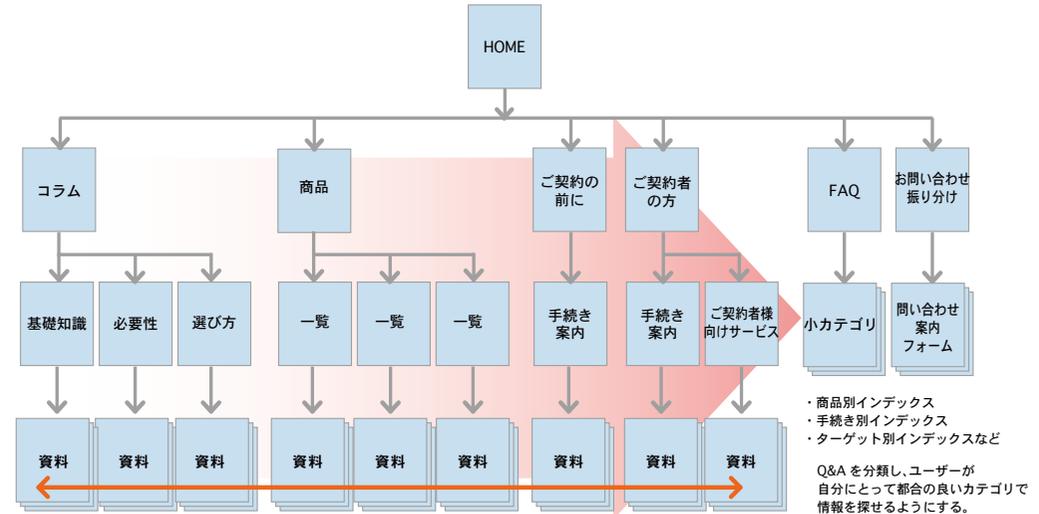
サイト要素

要素に漏れないかチェックしましょう	
啓蒙・知識提供：	商品を選択し、購入するために必要十分な知識を提供する。基礎知識や必要性の訴求、選び方など。
商品・サービスの説明：	どの媒体よりも詳しく、詳細な情報。エモーショナルなコンテンツだけでなく、比較検討に必要な情報も掲載する。新しい製品だけでなく、古い製品情報も可能な限り提供する。
購入前のサポート：	購入や契約に必要な手続きを案内する。手続きの全体の流れや各工程に必要な書類等を漏れなく記述する。解約やキャンセル方法に関する案内も怠らない。
FAQ：	商品別・手続き別・ターゲット別などいくつかの切り口で探し出せる一覧ページを設け、テーマごとにQ&Aをグルーピングする。必要なページからそれぞれの一覧ページに直接リンクし、ユーザーの探す手間を省く。
お問い合わせ：	問い合わせの種類別に案内を掲載。フォームを利用する場合は、問い合わせ内容を先に記入できる項目の並びとする。
案 1	
案 2	



サイト構造図

Web サイト全体がユーザーサポートになるべくコンテンツを拡充させる。



Web サイトに訪れたユーザのニーズに合わせ、啓蒙→商品→契約へと関連するページへリンクさせる



成果の判定指標

仮説を立て、目標をしっかりと設定しましょう

- ・問い合わせ内容の「質」の改善

改善しようと思った内容に対する問い合わせの件数が減少しているかどうか。

現状 件 → 日後 件

- ・解約・キャンセルの削減

購入前の誤解を削減できるため解約やキャンセルの減少が期待できる。

現状 件 → 日後 件

- ・売上げの向上

選考の過程で対象から外されたり、購入前に断念したりしていたユーザーの離脱を防止できる。

- Web サイトで決済できる商品やサービス

売上げ %向上

- Web サイトで決済できない商品やサービス

店舗やコールセンターへの送客実績
 %向上