

PTC® Service Knowledge Management で 日本のナレッジを各国で容易に共有 コールセンター対応の質を向上し グローバルで顧客満足度 No. 1 を目指す

シャープ株式会社

<http://www.sharp.co.jp/>

日本で蓄積したコンテンツをグローバルで効率よく共有したい

シャープでは AV 機器、冷蔵庫、エアコンなど、一般家電商品をグローバルに販売している。さらに、商品を安心して使ってもらうため、アフターサービスにも力を入れている。その結果、国内では 4 年連続で顧客満足度 No.1 の評価も得ており、海外でもこれを目標に積極的な取り組みを行っている。

顧客満足度向上には、問い合わせに迅速かつ的確に対応する必要がある。一方で、アフターサービスを手厚くすればするほど、サービス経費はかかってしまう。顧客満足度を向上させつつコストを削減する、そんなアフターサービス体制の確立が急務だった。

「シャープが目指す顧客満足度とは、商品の良さだけでなく修理などのアフターサービスでもお客様が満足感を得ること。それで買い換え時に次もシャープ、ずっとシャープとなってくれることです。」

シャープ株式会社 CS・環境推進本部 CS 企画推進部 副参事の中山善生氏は、顧客満足度を極めて重視していると言う。お客様からの声やサービス員からの声をものづくりに活用することで、より良い商品を生み出す。

そのために、アフターサービスの最初の窓口となるコールセンターは重要であり、サービスの司令塔機能をもつべきとしている。

例えば、「コールセンターは、単にお客様の修理受付し、サービス員はお客様を訪問しますが、実際は機器故障ではなく使い方の説明で作業が終了することがあります」と中山氏。

これは、コールを受けた際に、適切にお客様の状況診断ができなかったから。本来、電話口で適切に診断し対処方法を伝えられれば、トラブルはその時点で解決する。それが誤って故障と判断され、サービス員の出張になると、対処までに時間がかかり無駄なサービス経費の発生となる。



こういった故障ではなく使い方の問い合わせだったコールは、社内では「お困りコール」と呼ばれる。このお困りコールに適切に対処し無駄な出張作業を減らせれば、顧客満足度向上とコスト削減を両立できる。

多言語対応、さらには自動で最適な質問を提示する操作性の良さを評価

幸い日本には、コールセンターで活用できるコンテンツが多数蓄積されている。それらを活用するナレッジ システムも導入済みで、高いレベルのアフターサービスを提供している。しかし欧州、中国、香港、インド、マレーシア、オーストラリアのコールセンターでは、故障診断用のナレッジ システムは導入されていなかった。そのため、お困りコールへの対処も十分ではなく、無駄な出張コストも発生していた。

この状況を解決するため、シャープでは各国へのナレッジ システム導入を検討した。しかし、国の状況に合わせ個々にナレッジ システムを導入すると、コスト負担も大きい。また、各地の状況に合わせるには、それ相当の手間もかかる。

「各国で共通に使えるコンテンツが、日本にはたくさんありました。これをなんとか、効率的に共有できないかと考えました。」(中山氏)

そこで導き出されたのが、1 つのシステムでコンテンツを共有できるグローバル ナレッジ システムだった。とはいえ、それを一気に展開するのは難しい。まずは、アジア地域で販売が拡大しているインドネシアで導入し、それを横展開する方法をとることとなる。

はじめに、日本のコンテンツからグローバルで利用できるものを抽出、それを英訳し共有できるようにする。加えて、各地域特有のコンテンツは、地域担当者が独自にコンテンツを作成し加えることにした。

このグローバル ナレッジ システムのソリューションに選ばれたのが、PTC Service Knowledge Management だった。対応言語が非常に多いことは選択のポイントだった。さらには、システムで最適な質問を自動表示でき、解決策に最短でたどり着ける利便性の高い操作性も評価された。「新人でもいちいち考える必要はなく、システムが自動で最適な質問を出してくれます」と中山氏。

また、ガイド検索、フリーテキスト検索など、エージェントのスキルに合わせ、検索方法を使い分けられる点も魅力だった。そして「よくある買い物相談などに利用できる、コンテンツ比較機能も便利だと感じました」と中山氏は言う。



コールへの対応時間の短縮と無駄な出張の削減を実現

グローバル ナレッジ システムを最初に導入したインドネシアのコールセンターは、スーパーバイザーを含む 26 名のエージェンツすべてがシャープの社員。相談チャネルは電話、電子メール、SMS、問い合わせ対象は、エアコンや冷蔵庫、洗濯機、テレビなどだ。

2011 年 4 月、日本でまず体制構築と展開プランの策定が始まる。そして、蓄積されていた液晶テレビのコンテンツの共通ナレッジ化を行った。同時に、インドネシアの責任者に対し日本で研修を行い、さらに現地に日本の担当者が出張し研修も実施。2012 年 2 月からは現地スタッフによる研修も開始し、システムのテスト稼働を行いながら現地体制が整えられた。また、インドネシアで問い合わせの多い冷蔵庫に関するコンテンツのナレッジ化も行われた。その結果、稼働時点までに、液晶テレビ 50、冷蔵庫 100 の解決策をシステムに登録する。

2012 年 5 月 15 日、インドネシアのコールセンターでグローバル ナレッジ システムの利用が始まった。これにより「新人エージェンツの対応時間が短縮され、紙カタログを参照しなくてもシステム画面だけで素早く回答できるようになりました」と中山氏。また、導入前に比べ導入後は、サービス員の無駄な訪問が 16% 減少した。エージェンツのナレッジ活用率も確実に増え 2013 年 5 月時点で 36.9%、「当面はこれを 50% まで上げたい」と中山氏は言う。そのために、モニターを 2 台用意し、ナレッジの活用度合いを評価の対象に組み入れるなど行っている。

インドネシアに続き、オーストラリアにもグローバル ナレッジ システムの導入を行った。オーストラリアのアフターサービスは、マレーシアのパートナーに業務委託されている。一次コールはマレーシアで受け、内容に応じてオーストラリアに転送される。そのため、実際にナレッジ システムを利用するのはマレーシアだ。

「すでにノウハウがあったので、3 ヶ月半という短期間で導入が完了しました。」(中山氏)

現地へのお出張などはほとんど行わず、打ち合わせや研修はほぼテレビ会議を使った。2013 年 1 月からプロジェクトが開始し、解決策は液晶テレビ 118、電子レンジ 52 件を登録、同年 4 月 16 日には稼働を開始したのだ。



シャープ株式会社
CS・環境推進本部
CS企画推進部
副参事 中山善生氏

1 ヶ月ほどの利用でエージェントによる 1 回での解決率が 5% 向上するなど、早くもナレッジシステムの効果は現れている。オーストラリアでも、活用率を 50% にすることが当初の目標だ。

ナレッジ システムのサーバーは、日本のデータ センターに設置されている。一元管理されているので、運用管理の手間はそれほどかからない。各拠点では、ネットワーク越しにナレッジ システムを利用するが、レスポンスも特に問題はない。1 年以上の稼働で、サービスに影響を及ぼすようなトラブルも一切発生していないとのことだ。

2013 年度中には中国、インドにもシステムを展開する。すでに他地域への展開も視野に入っている。より広範囲に導入することで、グローバルでの顧客満足度 No.1 を目指すのだ。今後のさらなるグローバル化に伴い、PTC にはよりきめ細かなサポートが求められる。



Corporate Profile

シャープ株式会社 (Sharp Corporation)

液晶カラー テレビ、プロジェクター、ブルーレイ ディスクレコーダー、携帯電話、タブレット端末など各種 AV・通信機器、冷蔵庫、電子レンジ、洗濯機、エアコン、空気清浄機、LED 照明機器など健康・環境機器、POS システム機器、電子レジスタ、インフォメーション ディスプレイ、デジタル複合機など情報機器、これら商品を顧客向けにグローバルに製造、販売し、併せて商品を安心して利用してもらうためのアフターサービスも展開する。また、液晶パネルや太陽電池、さらには CCD・CMOS イメージャ、液晶用 LSI など各種電子デバイスの製造、販売も幅広く行っている。シャープは独創的な製品の創出と取り組みにより、常に新たな需要を創造し社会に貢献を果たしている。創業 1912 年 (大正元年)。

Web サイト: <http://www.sharp.co.jp/>

© 2013, PTC Inc. (PTC). All rights reserved. PTC 製品およびサービスに対する唯一のワラントは、該当する製品およびサービスに付随する明示の保証書において定められています。本書のいかなる内容も、追加の保証と解釈されてはなりません。本文中で言及されている顧客事例は、単一のユーザー エクスペリエンスおよびかかる顧客の証言に基づいています。PTC 製品およびサービス、または PTC が関係している市場に関するアナリストなどによる将来の見通しは、そのアナリスト自身の見通しであり、PTC はその根拠または正確性について何ら言明いたしません。PTC, PTC Service Knowledge Management, およびすべての PTC の製品名およびロゴは、米国およびその他の国における PTC またはその子会社、あるいはその両方の商標または登録商標です。その他の製品名または企業名はすべて、各所有者の商標または登録商標です。新製品や新機能のリリース時期は予告なく変更されることがあります。