

最優秀ヘルプデスク/アウトソーシング部門賞

CCJA
Contact Center Japan Awards
2018



TMJ

導線/シナリオ設計、KPI管理の徹底── 呼量減、申し込み増に導いたLINE活用術

TMJは、ベネッセコーポレーションが展開する小学生向け通信教育サービス「進研ゼミ小学講座」の窓口で、LINEを使った相談対応に着手した。初動1カ月の結果から抽出した課題に取り組んだ結果、利用率と満足度を改善。新たなチャネルとして確立させた。

初動では、①Call to LINEへの 誘導率、②Auto Replyの回答率、 ③Auto Replyの解決率、④途中 離脱率——の4つのKPIに基づい て検証した結果、(1) LINEの認知 度、(2) LINEの導線、(3) 回答率(企 業視点)と解決率(顧客視点)の剥 離、(4) Auto Replyのシナリオ設 計、(5) Auto Replyから有人対応 の連携などの課題を抽出した。こ れを受け、誘導率の向上、解決率 の向上、LINEならではのコミュ ニケーションデザインの3つを対 策として掲げた。

誘導率の向上については、IVR のガイダンスを見直し、最初に 「LINEでの問い合わせ |を案内す る他、Webサイトのあらゆるペー ジにLINE窓口につながる導線を 敷いた。次に、解決率の向上に向 け、FAQの追加・修正、言葉の言 い換えなど、顧客に合わせたチュ ーニングを AIを活用して行い、Q (質問) とA(回答) のマッチング 精度を高めた。さらに、選択型で 解決までの道程をナビゲートして いく「対話デザイン | を作りこん だ。やり取りの途中でつまづく場 合は、「オペレータ | と入力すると 有人対応に切り替えられる仕組み



事業統括本部 東日本拠点 BenesseCC 事業部 第1セクション AM 宮川正雄氏(左)、同第1セク ション 3G PM 松本明子氏

も導入し、有人チャットから電話へもスムーズにエスカレーションできるよう、LINE窓口専用ダイヤルを設置した。LINEならではのコミュニケーションデザインについては、スタンプや「!」などの積極的な利用や、1トーク150文字以内にするといった対応基準を策定。また、顧客のニーズ把握や先回りした課題解決を強化し、対応満足度を高めた。

これらの取り組みを経て、①
Call to LINEへの誘導率は2.5倍(4%→19%)、② Auto Replyの回答率は15%改善(85%→98%)、③
Auto Replyの解決率は15%改善、④途中離脱率は23%改善(62%→48%)となり、Manual Replyを含めたLINE窓口への満足度も93%を達成。

今後は、他の窓口や他業界への 水平展開も予定している。

図 初動トライアル結果と、抽出した課題

初動トライアル結果 (リリース: 2017年9月20日、計測月: 同年10月(1カ月目))		対策
主要指標	評価と課題の仮説	VINE
LINE への 誘導率: 4 %	そもそも LINE が使われていない!!	対策① 誘導率をあげる
	LINE 窓口の存在に気づいていない、 意識していない?	使ってみた!を増やす
UNE での 解決率: 46 %	課題を解決できていない!!	対策② 解決率の強化
	Auto Reply (AI) の精度不足? Manual Reply (有人) への連携に難?	助かった!を増やす
LINE の 離脱率: 62 %	LINE の良さを活かしきれていない!! 「LINE ならでは」のユーザービリテ	対策③「LINE ならでは」 の応対開発
	ィ発揮/コミュニケーション理解・ 落とし込み不足	良かった!を増やす