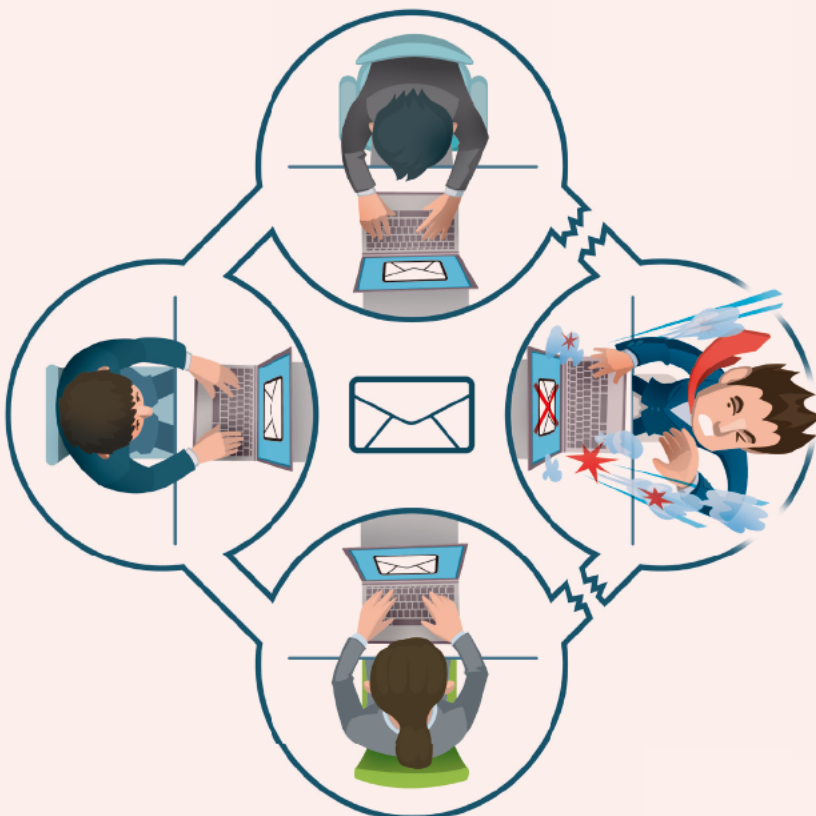


# 顧客対応で失敗!?

絶対に避けるべき

メール共有の

落とし穴



## 改めて考えたい 顧客対応の重要性



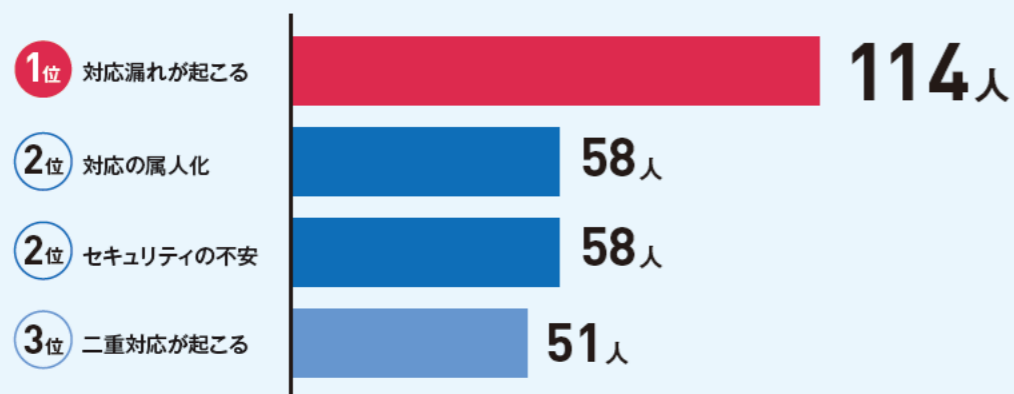
顧客などとコミュニケーションする手段として欠かせない電子メール（以下、メール）。メールを顧客対応の手段として利用している企業は多く、問い合わせ窓口としてのメールアドレスがWebサイト上に公開され、カタログなどにも問い合わせ手段の1つとして明記されるのが一般的です。

なかでも顧客対応手段としてメールをよく利用しているのは、顧客からの日常的な相談に対応する営業部門をはじめ、インターネット上で商品を販売しているECサイト事業者、Webサイトで旅行プランを販売している旅行事業者、多くの顧客を抱える弁護士をはじめとした士業の方など、日常的に相談や連絡、問い合わせを受け付けている人たちです。ECサイトでの問い合わせ窓口担当者などは、顔の見えない顧客から寄せられる1日数百件にもおよぶメールを確認し、その問い合わせに1つずつ対応せざるを得ないケースも少なくありません。

メール対応に不備がある場合、顧客との関係性を良好に維持することは困難です。一度でも不適切な対応をしてしまえば、もう二度とECサイトに訪れてくれなくなるかもしれませんし、取引関係の解消という事態に発展することも起こり得ます。しかも、顧客だけでなく、その失敗がSNSなどで広く拡散し、多くの人の目に触れてしまう恐れもあります。顧客の一方的な負の感情がSNSによって広まってしまうことで「炎上」し、あなた自身もしくは所属する組織に対する印象が悪くなることになります。そのことが原因で売上が伸び悩み、事業を撤退する事態に発展することも現実に起きています。

メールでの顧客対応は、まさに企業の業績を左右する重要なもの。少数の担当者だけで運用するのではなく、リスクにも対応できるようしっかりと体制づくりを行い、企業の顔として組織対応していく必要があるのです。

【300人に聞いた メールでの顧客対応における課題】（複数回答）



サイボウズ調べ

## 顧客対応には メールが最適



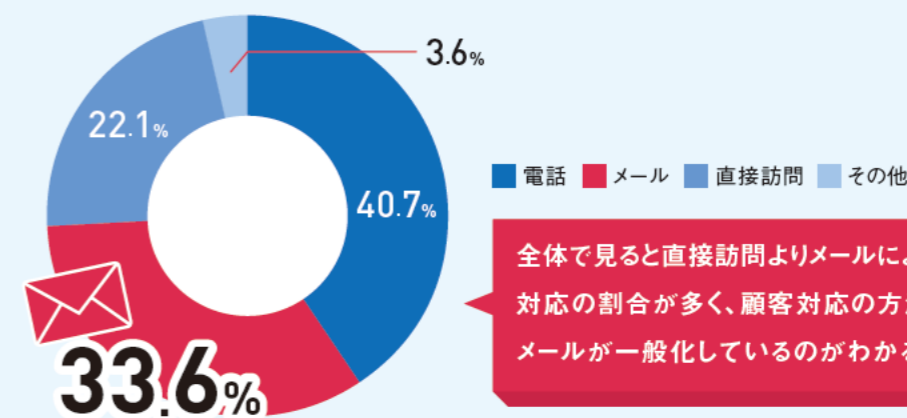
顧客対応の手段には、古くから電話を用いたりFAXを利用する方法がありますが、メールやWebフォームも一般的になりました。また最近では、チャットを利用してWebサイトで顧客の相談に乗るという手法を採用している企業も出てきています。さらには、テレビ電話越しに顧客サポートをするサービスを提供する企業もあるほど。

顧客対応の手法が多様化する中でも、メールによる顧客対応が一般的なのは間違いありません。最近増えているチャットは、メールに比べてその場ですぐ回答が得られるために重宝する時もありますが、それはあくまでITツールに慣れている人が中心。問い合わせをその場で素早くテキストボックスに書き込む必要があり、IT初心者には難易度が高い手法だと言わざるを得ません。また、Webサイトを運営する側にとっても、1度に数百人の問い合わせをすべてチャットで返そうとするとそれなりの人員配置が必要になり、問い合わせ業務を運用するにはコストが高くなります。やはり基本となるのはメールによる問い合わせ・回答の仕組みといえるでしょう。

更にチャットの場合、顧客の問い合わせに対して迅速に回答する必要があるため、対応する人によっては不用意な発言をしてしまい、顧客の心証を悪化させてしまうこともあります。

LINEやFacebookをはじめとするSNSなど、新たなチャンネルをフル活用した顧客対応を必要とする企業もありますが、中心にはメールがあることは事実です。だからこそ、メールでの顧客対応には細心の注意を払う必要があるのです。

【顧客対応で最も用いる方法】



全体で見ると直接訪問よりメールによる顧客対応の割合が多く、顧客対応の方法としてメールが一般化しているのがわかる。

サイボウズ調べ

顧客対応の  
重要性

避けるべき  
"3つ"の運用

避けるべき  
"4つ"の管理

専用ツール  
という選択肢

ツール選び  
5つの視点

顧客対応  
事例

# 顧客対応において絶対に避けるべきメール“3つ”の運用



メール対応は企業にとって重要なウェイトを占めています。しかし、その体制が十分に整っておらず、かえって企業価値を損なうような運用を行っている企業も少なくないのが実態です。あなたの企業が行っているメールによる顧客対応、顧客からは十分に評価されているのでしょうか。

## 危険な運用その1 1人の専任者が顧客対応を一手に引き受けている

- インフルエンザなど突発的な事態で対応業務がストップしてしまう
- 専任者以外は誰も顧客対応できず作業効率が悪い
- 専任者は休暇が取れず、労働環境が悪化

顧客対応用のメールアドレスを1人の専任者が運用する場合、顧客対応履歴はすべてその専任者のメール内に集約されるため、情報の分散は防ぐことができます。しかし、怪我やインフルエンザなど突発的な事態が発生した場合、誰一人として顧客対応できずに業務がストップしてしまうことも。また、日常的にも、1日に多くのメールが来たときに周囲との業務の振り分けができず、対応が後手に回ってしまう事態も引き起こしかねません。また、作業が

専任者1人に集中してしまい、作業環境の悪化から思わぬトラブルにつながることもあります。

企業のイメージを大きく左右する顧客対応だけに、複数の人員で作業を分担し、顧客を待たせることなく対応できる体制づくりが必要です。複数人で作業すれば、お互いのメール内容のチェックも可能となり、回答品質の担保にもつながります。

## 危険な運用その2 履歴蓄積のためにメール送信用パソコンを1台で運用

- 複数人が同時に顧客対応できず、作業パソコンの取り合いに
- 周囲が対応状況を把握できない
- 作業パソコンの故障で対応業務がすべてストップしてしまう

作業パソコンを固定することで、すべての対応履歴が一元管理できるというメリットはありますが、複数人で作業を分担している場合、メール送信のたびに待ち時間が発生し、作業が停滞してしまう可能性があります。また、問い合わせへの対応状況は作業パソコンを確認しないとわからないので、他のメンバーがきちんと対応できているかどうか把握できません。さらに、作業パソコンが壊れてしまうとすべての顧客対応履歴が消失してしまい、すぐに対応しなければならない問い合わせへの回答も困難になってしまいます。

顧客対応履歴はメールのバックアップを個別に取ることで万一の事態に備えることができますが、その場合でも作業パソコンを新たに用意するまでのタイムロスが発生することになります。データを安全な環境に置いて情報共有しながら、複数の人が同時に顧客対応できるような仕組みを検討したいところです。



## 危険な運用その3 顧客からのメールをCC、BCC、メーリングリストで共有している

- 誰がどのメールに回答したのか把握できず、対応漏れ、二重対応につながる
- 膨大なメールが社内に飛び交い、重要なメールを見失う可能性も
- 新たに窓口担当者を増やしても、過去の履歴が共有できない

顧客からの問い合わせメールをCCやBCCで転送したり、事前にメーリングリストを設定したりすることで、複数人で作業するための情報共有は可能です。しかし、顧客からのメールを担当者全員に手作業で転送する手間がかかるだけでなく、社内で多くのメールがやりとりされる事態に。メールの数が多くなれば、本来その人が顧客対応以外にチェックすべき重要なメールを見落としてしまうリスクも出てきます。問い合わせメールごとに状況把握がしにくく、内容によっては対応が漏れてしまう、同じ問い合わせに複数の人が回答する二重対応をしてしまうといったことも。顧客数の増加に応じて対応するメンバーを増やした場合でも、これまでの顧客対応履歴が共有できず、新たなメンバーは過去のやり取りが絡まない案件や新規顧客の対応を行ってもらうなど、作業をうまく割り振る管理面での負担も出てきます。

情報共有することはとても大事ですが、CCやBCC、メーリングリストによる共有では、メール本数が多くなればなるほど様々なリスクを拡大させることになりかねません。また、新たなメンバーの追加や人員の入れ替えといった体制の変更には不向きな部分も多くあります。もっとシンプルに状況が把握でき、対応状況が問い合わせごとに可視化できるような仕組みが望ましいと考えられます。もちろん、後任にもきちんと情報共有できるような仕組みやツールが必要です。



重要性  
顧客対応の

避けるべき  
“3つ”の運用

避けるべき  
“4つ”の管理

専用ツール  
という選択肢

5つの視点  
ツール選び

事例  
顧客対応

# 顧客対応において絶対に避けるべきメール“4つ”の管理

メールでの顧客対応における“危険な運用”について見てきましたが、今度はリスク管理する側に立って最適な顧客対応を考えてみます。顧客満足度を下げることなく安定した品質で顧客対応を行うためには、過去のナレッジを上手に活用しながら、管理者として品質チェックしていけるような仕組みが必要なのです。



## リスクのある管理その1 メールテンプレートをExcelで管理

毎回Excelからコピー＆ペーストするのが手間

最新の文面かどうか判断できず、品質に差が出てくる

個人のパソコンにExcelが保管されるなど、情報が分散

顧客への対応メールをある程度テンプレート化することで、文面を一定の品質に保つことが可能です。ただし、それがExcelなどで管理されている場合は要注意。メールを打つたびに毎回Excelを開いてコピー＆ペーストする手間が発生するだけでなく、作業を効率よく行うためにExcelを個人のパソコン内に保存することで、情報が分散してしまうことに。結果として、どの

Excelが最新なのか判断できなくなり、古いテンプレートを活用してしまうことで品質にばらつきが出てくるケースも考えられます。テンプレートを作成するのであれば、情報が分散しないような形で作成し、新たなバージョンになったときには全員にもれなく通知でき、その最新テンプレートだけが使えるような形に制限できる仕組みが必要です。

## リスクのある管理その2 顧客対応の方法を口頭で相談

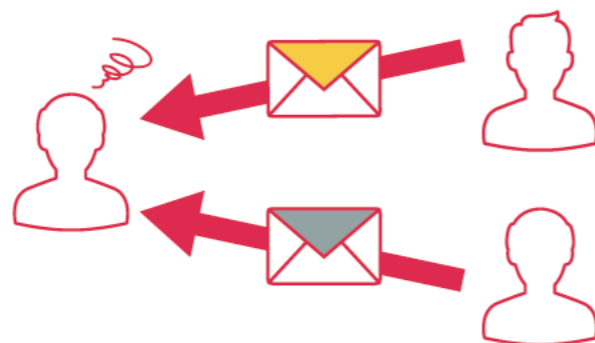
対応方法の判断があいまいに

同じ質問を担当者ごとに何度も行う必要がある

作業の標準化が難しく、品質にばらつきが出てくる

問い合わせの内容によっては、周りのメンバーや上司などに対応方法を相談したうえで回答することが求められます。しかし、指示を仰ぐ相談相手が不在の場合、参考にできる過去の対応履歴がどこにも残っておらず、勝手に回答することもできないため、返信自体が遅れることも。場合によっては顧客に不信感を抱かせてしまいます。また、その判断に至るプロセスが口頭ベースのためにどこにも残らず、同じ問い合わせが来た場合は担当者に都度説明しなければなりません。作業品質にもばらつきが生じる可能性が出てきます。

問い合わせの回答内容だけでなく、その回答に至る相談プロセスも含めて蓄積できるインフラにしておくことが、チーム全体の作業品質を高めることにつながります。過去の判断履歴を参照することで、同じ回答を他のメンバーに何度もする必要がなくなります。



## リスクのある管理その3 新人のメールを直接チェック

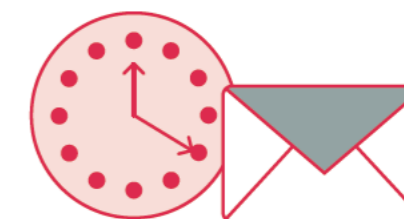
メールを送るたびに相談され、その都度時間がかかる

ナレッジが蓄積されず、同じ箇所を何度も指摘するリスクが

チェック漏れで失礼なメールが送信されてしまうことも

顧客対応を行うのは、経験を積んだベテランばかりとは限りません。新人が対応する場合、業務についてからしばらくは新人のメールを先輩や上司がしっかりチェックすることが大切です。その場合、メールを送るたびに新人からチェックの依頼を受け、その都度口頭で指示を出すような運用では、多くの時間がかかるばかりか、ナレッジが蓄積されず、何度も同じことを指摘することになり得ます。また、チェックしていても、何かのはずみで修正前のメールを送ってしまう誤送信のリスクも考えられ、顧客の心証を悪化させてしまう可能性があります。

担当者が顧客に送る前に、必ずメールをチェックするフローを設けるだけでなく、指摘した内容が履歴としてしっかり可視化でき、ナレッジとして蓄積できる仕組みが欲しいところです。



## リスクのある管理その4 対応履歴が個人のパソコン内にのみ残されている

パソコンの故障によって対応履歴を失うことも

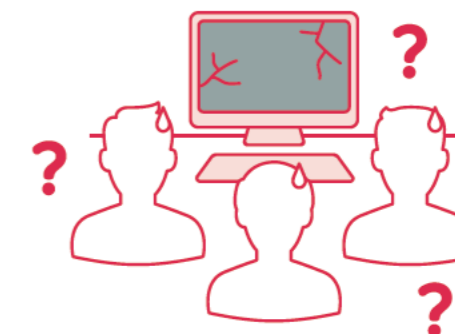
全員に情報共有できず、ナレッジが活かされない

紛失などによる情報漏えいのリスクが回避できない

顧客対応をメンバーそれぞれが個別に行うことになるのは当然ですが、その対応履歴がすべて個人のパソコン内にしか残らない仕組みでは、そのパソコンが壊れた場合すべての履歴を失ってしまいます。しかも、ノートパソコンで運用していた場合は、紛失などによる顧客情報の漏えいリスクもあります。また、良い評価を得た顧客対応をメンバー全員に共有しようとしても、単にそのメールを送るだけではうまく共有することができず、蓄積された情報を分析して顧客満足度を高める施策を検討することも難しくなります。

可能な限り属人的な環境から脱却し、チーム全体で顧客対応の質を高めていける環境にしていきたいです。

万一の事態に備える意味でも、顧客対応にまつすべての情報が共通の場所に保管でき、その情報が蓄積、共有、分析できるような顧客対応の仕組みを整備しておきたいところです。



重要性 顧客対応の

避けるべき “3つ”の運用

避けるべき “4つ”の管理

専用ツール という選択肢

5つの視点 ツール選び

事例 顧客対応

# 専用ツール という選択肢

顧客対応における運用および管理の手法について具体的に課題を紐解き、その課題を解消するための仕組みについて触れてきました。メールを利用した顧客対応をより良いものにし、顧客満足度を向上させるための仕組みづくりをできるだけ早急に行っていきたいところです。

そこで役立つのが、メールを複数人で共有し、履歴が一元管理できる専用ツールです。

## ■ メール共有を実現する専用ツールとは？

メールにおける顧客対応をチームで効率よく行い、そのノウハウを蓄積していくことで対応力を高め、最終的には顧客満足度の向上につなげるためのツールです。特定のメールアドレスで受け取った問い合わせを複数人で共有するだけでなく、対応方法についての相談など対応者同士のコミュニケーション機能が備わっており、対応状況が可視化できるWebアプリケーションです。

## ■ 専用ツールを利用した顧客対応時のメリット

顧客対応に便利な専用ツールを利用すれば、通常のメールソフトでの運用課題を解消することができます。

- 1 二重対応・対応漏れが防げる!**

顧客から届いたメールの担当者設定はもちろん、「未処理」「処理中」「処理済み」といった標準のステータスや独自のステータスで処理状況が設定できます。対応状況が誰からでも一目で判断でき、メールの二重対応や対応漏れを防ぐことができます。
- 2 案件の属人化が防げる!**

メールアカウントごとに担当者全員で問い合わせメールやその対応状況が共有できるため、チーム全体で過去の履歴が参照でき、進行中の案件について認識を合わせることが可能です。専用ツールの画面さえ見れば、担当者の変更があった場合や、メンバーが新たに追加された場合でも、すぐに情報のキャッチアップができます。
- 3 顧客情報を管理できる!**

専用ツールを活用すれば、問い合わせいただいた顧客の会社情報とともに、電話やメールでの対応履歴がすべて管理できるようになります。さまざまな環境に分散していた顧客情報を統一し、対応履歴と一緒に管理することでCRMやSFAとして情報活用することもできます。

## ■ メールワイズとは

この専用ツールの1つに挙げられるのが、サイボウズが提供する「メールワイズ」です。メールワイズは、特定のメールアドレスに届いたメールを、Webブラウザを介して担当者全員で共有でき、メールごとに担当者を設定して顧客対応できるツールです。メールごとに対応状況が一覧画面から確認でき、「至急」「大至急」などの緊急度合いが一目でわかるため、対応漏れや二重対応を防ぐことができます。



## ■ メールワイズでできること

届いたメールを条件によって振り分けるフォルダが用意されており、受信メール一覧では「未対応」「対応中」といった対応状況が一目でわかるようになります。コメント機能を利用すれば、メールに対する対応の相談や管理者からの指示を受け取ることができ、その対応履歴が蓄積され、メンバーが確認することも可能になります。

- フォルダ**: 振り分け条件によってフォルダ分けが可能です。個人がそれぞれ条件を作成する手間を省きます。
- アプリケーション**: 「メールアプリケーション」と呼ぶ箱ごとに利用するメールアカウントや、アクセス権を設定できます。
- 受信メール一覧**: 未対応、および対応中のメールのみを一覧画面に表示させることが可能です。対応状況や対応者がひと目でわかるので、二重対応・対応漏れを防ぎます。
- コメント**: 他のメンバーへの相談事項や、リーダーからの指示をコメント欄でやりとりできます。
- 対応履歴一覧**: 受信メール画面で「履歴を見る」をクリックすると対応履歴が一覧で表示されます。

このように、メールによる顧客対応をチーム一丸となって行い、対応漏れなどをなくすことで顧客の信頼を失ってしまう事態が回避できます。このような仕組みを有効に活用し、自社の顧客対応の品質をこれまで以上に高めてみてはいかがでしょうか。

顧客対応の重要性  
避けるべき「3つ」の運用  
避けるべき「4つ」の管理  
専用ツールという選択肢  
ツールの視点  
5つの視点  
顧客対応事例

# ツール・サービス選び 5つの視点

## 選択の視点その1 使い勝手

メール共有システムは、顧客対応を行う全員が利用するものですが、そのリテラシーには差があります。それでもストレスなく日常的に使える仕組みにしていくためには、使い勝手の良さが重要です。

### ■ 対応状況がひと目でわかる“視認性”

メールによる顧客対応では、メールごとにしっかりとした対応を行う必要があります。そのため、メールごとに未対応なのか、対応済みなのかのステータスが判断できるような工夫が必要です。「未処理」「送信待ち」「処理中」それぞれ色分けされてステータスが可視化できるようになっていれば、漏らさずにメール対応を行うことができ、対応における顧客満足度を高めていくことができます。



### ■ 一斉配信機能で簡単運用、テンプレート活用で負担軽減できる

問い合わせ内容の異なるメールに1件ずつ対応する場合もあれば、プレゼント応募への返答など大量のメールに対して定型で返信することもあるはず。そんなときにテンプレートの作成機能があるだけでなく、1件ずつ登録せずともメールアドレスをCSVで取り込んで一斉配信できるようなシステムは理想的です。

大量のメールに対して業務負担が軽減できる機能はしっかり確認しておくべきです。また、担当者名や会社名など自動差し込みできる機能があれば、一からメールを作成する手間を減らせるだけでなく、書き間違いなどのミスも撲滅できます。

一般的なメールを用いた顧客対応にはさまざまな課題がつきものです。それらを解決するためにも、メール内容の共有や対応履歴、ステータスが一元管理できるメール共有ソフトやサービスが顧客対応の仕組みとして求められます。メール共有の仕組みを構築するためには、どんなポイントを検討するべきなのでしょう。ここでは、その製品選定の勘所について、具体的に見ていきます。

## 選択の視点その2 簡単導入、簡単設定

できる限り素早く環境を作るため、社内のシステム部門に依頼せずとも迅速に立ち上げられることが求められます。同時に、人員が増えた場合でも自分たちだけで簡単にできるといった柔軟性を兼ね備えている必要があります。

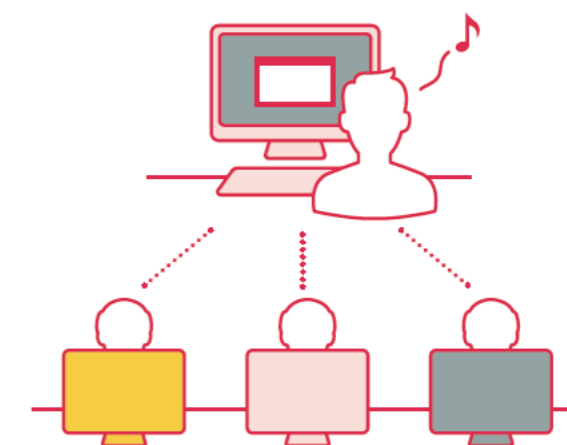
### ■ システム部門が絡まなくてもセットアップ、アカウント追加が容易

誰にでも簡単に使えるという点はとても重要ですが、顧客対応のための業務部門が利用するツールだけに、システム部門に依頼せずとも自分たちで簡単にセットアップできるかどうかも見たいところです。ウィザード形式でパソコンと対話しながらセットアップできればさほど難しいものではありませんし、クラウドサービスを利用するのであれば、自分たちの情報を設定するだけで顧客対応ツールを整備することができます。

また、事業規模が変化するなかで顧客対応の人員を増やす際にも、システム部門に依頼しては対応が後手に回る場合も。迅速な顧客対応につなげるためにも、日々運用している業務部門で簡単にアカウント追加できるようなものを選びたいところです。

### ■ 日々の運用管理に手間がかからない

最近では様々な業務アプリケーションがクラウドサービスによって提供されています。クラウドサービスであれば、サーバーの手配が不要でインフラ周りの運用管理も必要なくなるため、業務部門が主体的にインフラを準備することができます。顧客情報



を外部に出すことの是非は社内で議論する必要がありますが、運用管理の負担を軽減するにはクラウドサービスが最適です。この場合、機能というよりもクラウドサービスの安全性といった視点が必要になってきます。

重要性  
顧客対応の

避けるべき  
"3つ"の運用

避けるべき  
"4つ"の管理

専用ツール  
という選択肢

5つの視点  
ツール選び

事例  
顧客対応

# ツール・サービス選び 5つの視点



## 選択の視点その3 ライセンス体系

どんな仕組みを構築するにも、コストに関しては当然気になるところ。自社の環境や使い方によって、最適なライセンス体系が異なる部分もあります。いろいろなライセンス体系があったとしても、できる限りシンプルなものを選択すべきです。

### ■ クラウド環境の違いによってライセンスが複雑なクラウドサービスも

特にクラウドサービスを利用する場合、ライセンス体系が細かく設定できない、数人単位でライセンスが増やせないサービスも存在しています。これは、サービスを提供するクラウドが自社の環境を利用していないことが原因の1つです。社外のパブリックなIaaSを利用しているサービスの場合、外部のIaaSが持つ容量や機能に依存して、クラウドサービス提供している企業が提供できる価格帯のライセンスが設定されることも多くなります。当然ある程度の契約単位が必要になり、細かな条件でプランも複雑になりがちです。自社で提供しているクラウド環境上のサービスであれば、より柔軟にライセンスが設定できます。

提供されているサービスがどのクラウド環境に依存しているのかという視点でライセンスをしてみる必要もあるのです。

### ■ ライセンスにどんな縛りがあるのか

実際の利用サービスを見てみると、契約するための最低ユーザー数や契約期間の縛りいろいろあるため、その条件はしっかり確認しておきたいところです。最低でも1年契約、5ユーザー以上といった契約条件が求められるケースも。なるべくスモールスタートできるものが無難です。なお、契約のしやすさについてアピール

スタンダードコース	
メールアプリケーション1個	
アドレス帳	一斉配信
訪問履歴	テンプレート
電話履歴	集計レポート
メールスペース1個	メールアプリケーション1個/1メールスペース
プレミアムコース	
メールアプリケーション20個まで	
アドレス帳	一斉配信
訪問履歴	テンプレート
電話履歴	集計レポート
メールスペース5個	メールアプリケーション20個/1メールスペース
初期費用	0円
バージョンアップ	0円
契約期間	1ヶ月~
契約ユーザー	2名~

しながらも、解約手続きやプラン変更後の課金の方法などが、実は複雑なサービスもあります。解約するのに書面での通知が必要だったり、プラン変更で差額の日割りで徴収されたりなど、煩雑な処理が求められるサービスもありますので、開始の面だけでなく、解約の手続きについても注目しておきたいところです。

### 1. ストレージ

クラウドサービスとして提供されているものは、契約ごとに用意されるストレージ容量が異なります。1ユーザー当たりのストレージ容量が確保されているものもあれば、契約全体としてストレージ容量を割り当てるものまで。少なくとも、契約時点で数GB

は確保できるものでないと、ストレージ容量を追加してランニングコストが増えるか、ノウハウとして活用できる過去の履歴を日々消去していくような作業が必要になってしまう恐れもあります。

### 2. ユーザー数

明日からすぐに担当者を増やしたいといったニーズに対応するためにはクラウドサービスが最適ですが、中でも1ユーザー単位で増やせるものが理想的です。10ユーザーなど複数人数の単位

でしか契約できないものでは、実際に利用する以上のコストを支払い続けざるを得ません。利用人数に応じて契約できるものを選びたいところです。

### 3. メールボックスの数

チームで案件対応を行う営業部や顧客対応と受発注など部門をまたがる利用では、顧客ごとにメールボックスを分けて円滑に管理したいところでしょう。ただし、利用できるメールボックスの数によって、大きくプランが変わるものやメールボックスごとに従量課金が

細かく設定されているものなど、複雑なライセンス体系のサービスも少なくありません。シンプルなものでも、メールボックス数があまり増やせず、高額なサービスも存在します。できる限りシンプルにメールボックスを分けて管理できるような仕組みを選びましょう。

### 4. 契約手続き

本来クラウドサービスの場合は、Web上で契約手続きが完了でき、その場ですぐに利用開始できるのがメリットの1つ。代理店を経由して利用手続きをしなければならなかったり、書面を提出しな

ければプラン変更、ユーザー数が追加できないようなものでは、変化の激しい顧客対応の現場に適したとは言えません。その場ですぐに利用でき、追加も容易なサービスを選択すべきです。

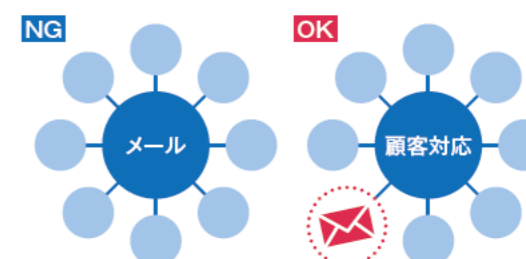
## 選択の視点その4 拡張性

ビジネスの拡張に応じて環境が柔軟に対応していけるかどうかは大きなポイントです。規模によって環境を作り変えなければならないようなものを選択すると、せっかく構築した顧客対応ツールや仕組みを一から再設計しなければならない場面も。拡張性はしっかりと見極めておきましょう。

### ■ メールが中心になっていないか

メール共有ツールを中心に顧客対応の仕組みを構築してしまうと、確かに受発注やサポート分析といった顧客対応に関連した仕組みとは連携しやすい面もあります。しかし、企業が成長する上で案件や商談のデータや入金データなどを顧客ごとに取りまとめるデータベースが必要になります。メールもデータベース上で管理する1つのデータでしかありません。本来なら連携すべきデータベースと繋がらずに、メール共有ツールを中心に他の管理データと連携していても横断した管理ができない可能性も。そうならないためにも、仕組みの中心には顧客情報などを一元管理するデータ

ベースのような拡張性のあるものを置き、それを中心に顧客対応の仕組みを構築するほうが拡張しやすくなります。メール中心に顧客対応の仕組みを構築するのではなく、連携する先の1つとしてメール共有ツールがあるという姿のほうが理想的です。



### ■ 蓄積された情報の分析、活用が可能か

メールにおける顧客対応の履歴をすべて一元管理する仕組みだけでなく、蓄積された情報をしっかり分析し、今後の顧客対応に生かしていきたいところでしょう。そのためには、蓄積された情報を可視化し、その傾向をつかむことができるレポート機能はぜひ欲しいところです。もちろん、CSVでエクスポートしてExcelなどで分析

するケースもありますが、ツールそのものに分析機能が備わっている方が理想的です。



### ■ 多言語対応

最近では日本国内のみでなく、海外も含めた越境ECなどを展開する企業が増えており、メールも多言語による対応が求められています。中国語や韓国語などで問い合わせが来るケースもあり、それらにもツール側で対応できるかどうかはビジネスを

拡張させていく上で重要なポイントです。メールに書かれた言語が文字化けせず読め、相手に返信できるかどうかは顧客対応として大切です。文字化けしない仕組みになっているかどうか、しっかり確認しておきましょう。

重要性  
顧客対応の

避けるべき  
3つの運用

避けるべき  
4つの管理

専用ツール  
という選択肢

5つの視点  
ツール選び

事例  
顧客対応

## ツール・サービス選び 5つの視点



### 選択の視点その5 セキュリティ、安全性

最近ではこういった業務ツールとしてクラウドサービスが選択されることが増えており、そのセキュリティや安全性にも注目したいところです。顧客とのやり取りが蓄積されるツールが安全に運用できるかどうかを検証しましょう。

#### ■ データセンター自体の信頼性は担保されているか

クラウドサービスとして提供されているメール共有ツールが稼働するデータセンターについて、その信頼性が十分担保されているかどうかはポイントです。顧客情報を取り扱う仕組みにだけ、国内にあるデータセンターで24時間365日のサポート体制になっているのか、脆弱性対策のための運用がきちんとされているか、そして

毎月の稼働率や稼働状況が日々公開されて情報が透明化されているかなど、信頼性に寄与する事柄はしっかり確認しましょう。サービスが止まってしまうと顧客対応がストップしてしまうこともあり得るため、名の知れたクラウド環境の上で動いているから大丈夫、と安易に考えるべきではありません。

#### ■ セキュリティに十分配慮されているか

Basic認証やIPアドレス制限といった基本的なセキュリティに対応していることはもちろん、クライアント証明書がインストールされた端末からしかアクセスできない環境が作れるかどうかといった、さまざまな安全対策が施されているかどうかも確かめたいポイントです。また、クラウドサービスでは利用する複数の企業が同じドメ

インにアクセスしてログインすることが多いですが、例えば企業ごとに異なるサブドメインが利用できる仕組みなら、そのログインURLまで外部の人がたどり着くのは困難です。ID・パスワードだけでなく、いろいろな形でセキュリティに配慮されたサービスかを見極めましょう。

#### ■ バックアップ体制は十分確保されているか

クラウドサービスだからこそ、そのデータ保全のためのバックアップがしっかり行われているかどうかは重要です。ネットワークの断線や停電などでも止まらないような仕組みを備えていることはもちろん、データを保存するディスクが二重化されていたり距離の離れたデータセンターにバックアップ環境を作っておいたりなど、万一

の事態に対する備えはしっかり見ておきたいところです。それらの視点に対してすぐに回答できるようなサービスであれば、普段からバックアップへの意識を高く持っていることがわかります。また、何かあったときのサービスレベル目標も確認しておきましょう。

<p><b>強力な2ファクター認証</b></p> <p>持っている 社内のIPアドレス or クライアント認証※</p> <p>知っている サブドメイン名 + ID + パスワード</p> <p>※オプション</p>	<p><b>信頼される運用</b></p> <p>国内のデータセンターで <b>4重のバックアップ</b></p> <p>サービス提供時間 <b>24時間365日</b></p> <p>脆弱性対応</p> <p>稼働目標 <b>99.99%</b></p>
<p><b>基本セキュリティ標準装備</b></p> <p><b>BASIC認証</b></p> <p><b>IPアドレス制限</b></p> <p><b>SSL通信</b></p> <p>無料で、BASIC認証、IPアドレス制限、SSL通信をご利用いただけます。</p>	<p><b>便利と安心を両立させるオプション</b></p> <p><b>セキュアアクセス</b></p> <p>クライアント証明書によって 接続元を認証する仕組みで、 外出先からのアクセスを より安全にします。</p>

## メールワイズを活用した 顧客対応事例

ここで、メールワイズを利用して顧客対応の課題を解決した2つの事例を紹介します。具体的な課題やメールワイズ選択のポイント、得られた効果など、ぜひ参考にしてみてください。



### Case1

- 導入企業  
エクコムグローバル株式会社
- 概要  
海外用WiFiルーターの  
レンタル事業
- 活用シーン  
コールセンターにおける顧客対応
- 利用人数  
25名

#### 課題

アルバイトも含めて25名のスタッフが交替で勤務しており、各パソコンにインストールされたメールソフトを使って顧客対応を実施。コールセンターに届いたメールは、スタッフ全員が共通で受信し、振り分け担当者が口頭でメールの担当分けを

行っていました。その作業だけでも大変な労力となっており、メールでの問い合わせに対する効率的な対応が可能な仕組みを検討することに。また、アルバイトが作成したメールの内容を確認する際には、社員が各アルバイトのデスクまで行って確認や指導を行うといった手間もかかっていました。

#### 選定ポイント

アルバイトのスタッフに使ってもらうためにも、シンプルでわかりやすい製品を希望。また、コストを

考慮してメールアドレス数や蓄積したメール数に対する課金ではなく、月額固定の1ユーザー500円という料金設定がメールワイズの魅力の1つに。

#### 効果

「ここをクリックするとメールが作成できる」など直感的に使えるため、慣れていないスタッフでもすぐに始めることができるようになりました。また、キャリアの浅いスタッフには、メール対応の中でも簡単なものから割り振ることで人材育成の面でも役立っており、スタッフ作成のメールは社員が自席で確認した後に送信する運用に。

コメント機能などを使って確認や指示も確に出せるようになり、業務の効率化を実現。さらに、進捗状況が全員で把握できるようになり、効率的に担当者を割り振りなおすといったことも。他にも、テクニカルサービスサポートのスタッフもお客さまとの情報共有にメールワイズを活用しており、誰でも簡単にアクセスできるのはクラウドサービスならではの強みです。



### Case2

- 導入企業  
株式会社JTBグローバル  
マーケティング&トラベル
- 概要  
日本への外国人誘致に関する幅広い  
業務を手掛ける訪日旅行専門の  
旅行会社
- 活用シーン  
9つの部門が行っている、メール  
による顧客対応業務
- 利用人数  
135名

#### 課題

海外の旅行会社とは現地語でのメールでやりとりするなど、外国語のメールが日本語より多い同社。日本人だけでなく外国人スタッフもいるなかで、以前は1つのメーカーで顧客対応を行ってきま

した。そのため、メールごとに担当者を振り分けるだけでも大変な負荷がかかっていた。また担当者が出張や休暇で不在の場合は、レスポンスが遅くなるという課題も顕在化。

#### 選定ポイント

複数人で顧客に対応できるように、1つのメールアドレスを複数のメンバーで共有できるツールを希望しました。また、同じ場所にいなくても、全国の拠点で進捗状況などが同時に共有できる仕組みを検

討し、メールワイズを選択することに。出張がちな社員も多くいるため、移動の合間に作業できるクラウドサービスを選択。災害時に出社できなくなっても業務を止めない事業継続性の観点も考慮してメールワイズのクラウド版が最適と判断しました。

#### 効果

9つの部署で活用しており、例えば国ごとにメールアドレスを作ってメールワイズで集約、多言語が飛び交うメールを管理しやすくしている部署もあれば、国内の地域営業部では1つのメールを地域営業所ごとに割り振る作業に利用しており、全国の拠点で進捗共有が可能に。検索機能では、似たような問い合わせ

に対する対応例を探してノウハウとして活用、「チェック待ち」「保留」「つなぎ」など独自の設定によってメールごとの進捗状況を分かりやすく表現しています。さらにコメント機能を活用することで、他のスタッフに対応を手伝ってもらう繁忙期でも内容を引き継いでスムーズに対応できるようになりました。

顧客対応の  
重要性

避けるべき  
"3つ"の運用

避けるべき  
"4つ"の管理

専用ツール  
という選択肢

ツール選び  
5つの視点

顧客対応  
事例





サイボウズ株式会社

製品に関するお問い合わせは、弊社ホームページで [▶ https://cybozu.co.jp](https://cybozu.co.jp)

※サイボウズのロゴマーク、メールワイズ はサイボウズ株式会社の登録商標です。

※記載された商品名、各製品名は各社の登録商標または商標です。また、当社製品には他社の著作物が含まれていることがあります。

個別の商標・著作物に関する注記については、こちらをご参照ください。 [▶ https://cybozu.co.jp/company/copyright/trade\\_mark.html](https://cybozu.co.jp/company/copyright/trade_mark.html)

Copyright©Cybozu, Inc.

MW\_H04\_240220 ※本カタログの記載事項は変更になる場合がございます。 2024年2月現在