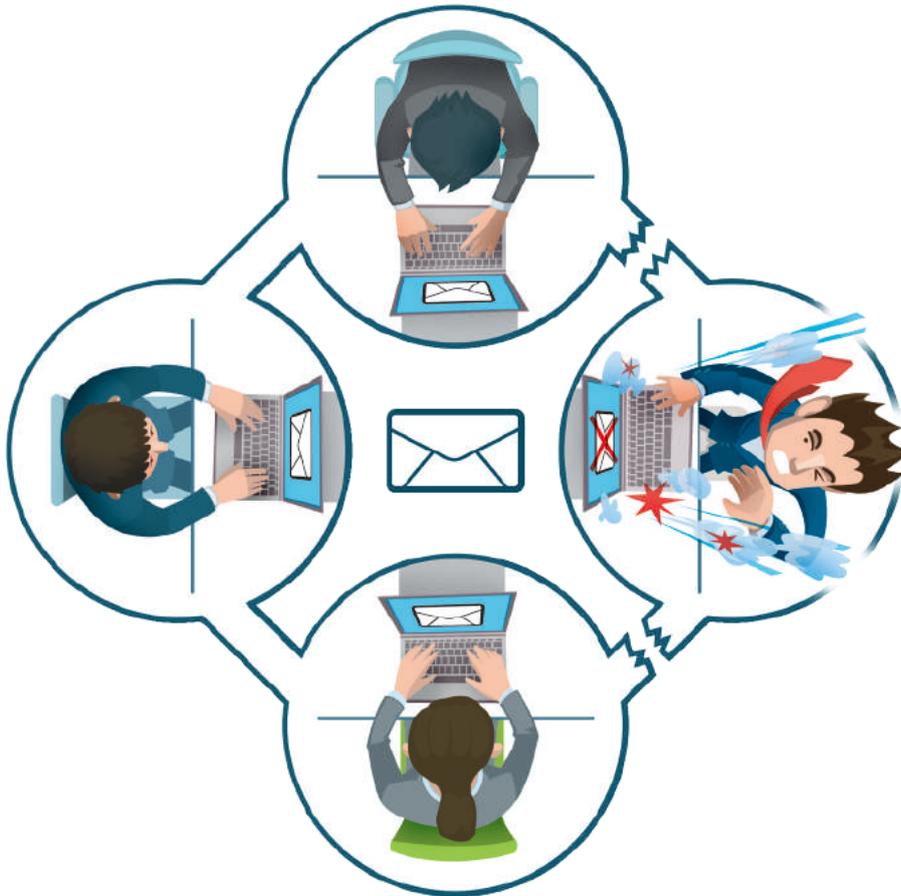


顧客対応で失敗!?

メール共有ツールは こう選ぶ



INDEX

1. 一般的なメールを活用した顧客対応の課題	3
(1) 対応漏れ、二重対応が起こる	
(2) 対応方法の相談ができない、履歴が残せない	
(3) 運用が属人化、品質がバラバラ	
(4) 過去の対応履歴が個人のメールの中にしか残らない	
2. ツール・サービス選び5つの視点	5
(1) 使い勝手	
(2) 簡単導入、簡単設定	
(3) ライセンス体系	
(4) 拡張性	
(5) セキュリティ、安全性	
3. メールワイズを活用した顧客対応事例	10

一般的なメールを活用した 顧客対応の課題



外部にメールアドレスを公開し、問い合わせ窓口として利用している企業は多いことでしょう。その場合、通常個人のパソコン内にインストールされたメールソフトを活用し、CCやBBCで周囲の人に転送したり、メーリングリストを作って担当者同士で共有するといった運用が行われていることが一般的です。しかし、これらの運用で、様々な課題に直面しているケースが後を絶ちません。すでに課題が具体的にになっている方もいらっしゃると思いますが、まずはメールソフトでの顧客対応における課題を整理してみましょう。

課題その1 対応漏れ、二重対応が起こる

顧客からの問い合わせメールが大量に届くECサイトなどでは、問い合わせメールごとの対応状況が周囲から判断できず、誰も対応していないメールが残ってしまう“対応漏れ”のリスクが出てきます。同様に、担当者がすでに対応していたにも関わらず、別の担当者が違う内容で後から返答してしまう“二重対応”のリスクもあります。

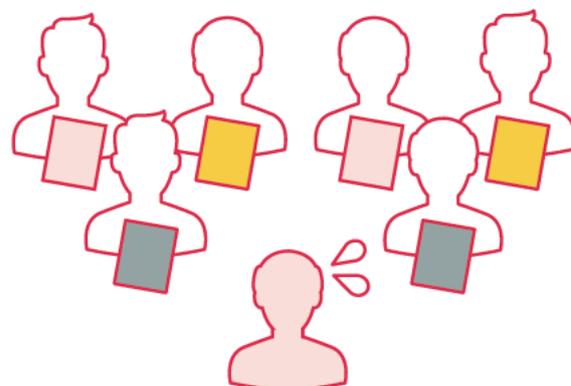
この場合、問い合わせメールを一元管理し、その対応状況がステータスとして可視化できるような仕組みが必要です。状況が明らかになれば対応漏れや二重対応は起こりにくくなるはずです。



課題その2 対応方法の相談ができない、履歴が残せない

問い合わせメールに対してどのように返信をしたのか、そのために社内ではどんな相談をしたのかは、単にメールの履歴を見るだけでは確認できません。同じ相手から別の問い合わせがあった場合、本来なら以前対応した履歴を踏まえて判断すべきですが、その履歴が管理されていないために前回との対応が大きく異なってしまう、顧客からの不信感を招く恐れもあります。対応方法の履歴を残さず、口頭ベースで相談してしまうと、周囲のメンバーから同じことを何度も質問されて、多くの手間が発生してしまうことも考えられます。

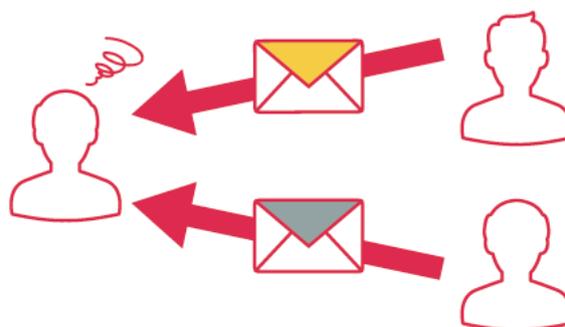
メールの対応履歴はもちろん、その判断をした際のやりとりなど、内部での相談履歴も問い合わせメールとともに管理できる仕組みが欲しいところです。



課題その3 運用が属人化、品質がバラバラ

複数人でのメールによる顧客対応を行う体制を整えるのは重要なことです。しかし、そのためのインフラをしっかりと整備しないと、対応する人によって個人差が出てしまい、敬語の使い方や言い回しなどメールの文言自体が属人化するだけでなく、問い合わせ内容によっては対応そのものがちぐはぐになる恐れもあります。以前は対応してくれたのに今回は全然対応してくれない、といったクレームに発展し、ブランド価値を大きく棄損してしまうことにもなりかねません。

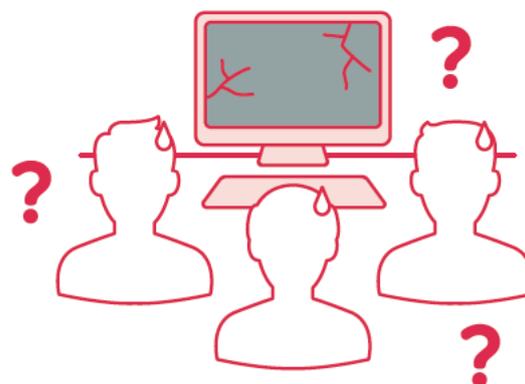
対応が属人化せず、顧客から見て同じ品質で対応してもらえたと感じてもらうためには、顧客対応チーム全員で同じ情報が共有できるようになっており、さらに過去の履歴もしっかり蓄積、管理できる仕組みが必要です。



課題その4 過去の対応履歴が個人のメールの中にしか残らない

問い合わせメールやサポート用のメールは、CCやBCC、メーリングリストを用いて複数人で共有しているケースなども多く見られますが、例えば顧客とやり取りする営業担当者の場合、顧客との対応履歴は個人のパソコン内にしか蓄積されず、他の人にその履歴を共有していないことも少なくありません。もし怪我やインフルエンザなどで営業担当者が対応できなくなってしまうと、他のメンバーではその案件を引き継ぐことができず、顧客対応そのものが停滞してしまう恐れもあります。

そうならないためにも、特定の顧客に対してチーム一丸となって顧客対応できる環境づくりが必要です。過去の履歴も含めて一元管理できる環境を構築し、その中で対応を均一化していけるような運用が求められます。極めてパーソナルなメールをチームツールとして活用するためにも、情報共有できる仕組みづくりを行うべきです。



こういった一般的なメール運用での課題を解決するために、メール内容が共有でき、対応履歴やステータスが一元管理できるメール共有ツールを利用することが有効です。

ツール・サービス選び 5つの視点



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付きものです。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です。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。

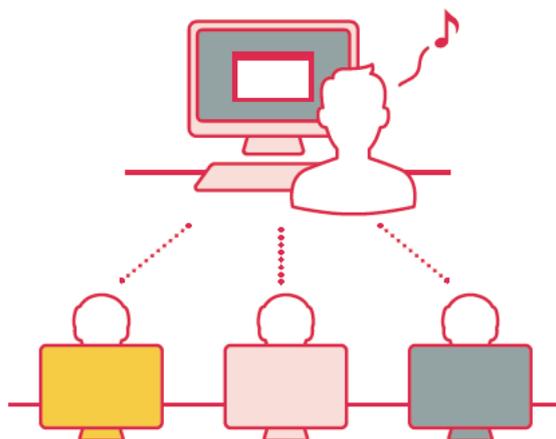
選択の視点その2 簡単導入、簡単設定

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ておきたいところです。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。

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見ても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がいろいろあるため、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、その中でも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ものとは言えません。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。

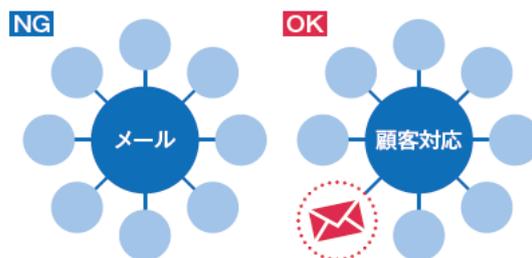
選択の視点その4 拡張性

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ぐずに、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み、相手に返信できるかどうか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。

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なだけに、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なされているか、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>強力な2ファクター認証</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;"> <p>持っている</p> <p>社内のIPアドレス or クライアント認証※</p> </div> <div style="font-size: 2em; color: red;">+</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;"> <p>知っている</p> <p>サブドメイン名 + ID + パスワード</p> </div> </div> <p style="text-align: right; font-size: 0.8em;">※オプション</p>	<p>信頼される運用</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;"> <p>国内のデータセンターで 4重のバックアップ</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;"> <p>サービス提供時間 24時間365日</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;"> <p>脆弱性対応</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;"> <p>稼働目標 99.99%</p> </div> </div>
<p>基本セキュリティ標準装備</p> <div style="margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center; background-color: #f0f0f0; padding: 5px;">BASIC認証</p> <p style="text-align: center; background-color: #f0f0f0; padding: 5px;">IPアドレス制限</p> <p style="text-align: center; background-color: #f0f0f0; padding: 5px;">SSL通信</p> </div> <p style="font-size: 0.8em;">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>便利と安心を両立させるオプション</p> <div style="margin-top: 10px; text-align: center;"> <p style="background-color: #f0f0f0; padding: 5px;">セキュアアクセス</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;"> <p style="font-size: 0.8em;">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> </div>

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
エクソ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か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た。

選定ポイント

アルバイトのスタッフに使うためにも、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的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高く評価いただいています。



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つのメーラ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。災害時に出勤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った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。

