



**3分で**  
情報チャージ

# 自己解決率を 低下させる2つの原因 & 改善する5つの方法

長年取り組んでいるけど思ったように  
自己解決率が向上しない...

自己解決率を改善しなければいけないとわかって  
いるけど、何から手を付けたらよいのか...



どうやって自己解決率を向上させる？

## 【目次】

1. 自己解決率とは
2. いま自己解決率を向上させるべき理由
3. 自己解決率を低下させる2つの原因
4. 自己解決率を向上させる5つの方法
5. 【Webの動線分析】 自己解決率向上のカギ①
6. 【着信前のCXを可視化】 自己解決率向上のカギ②

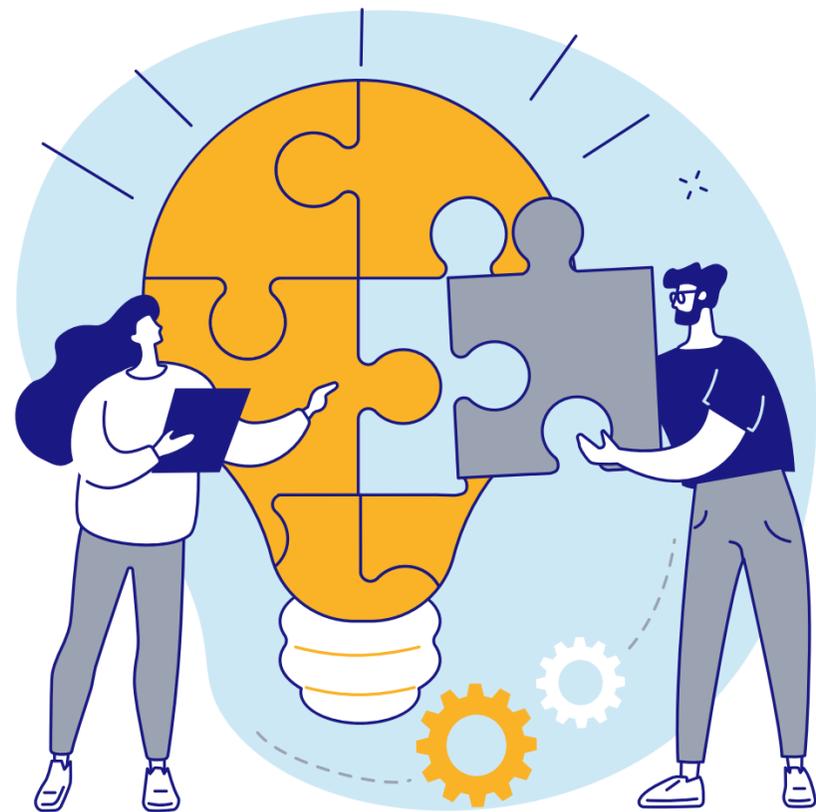
自己解決率を  
向上させる方法とカギに  
ついて解説します!



# 1

自己解決率とは

# 自己解決率とは



企業のプロダクト（製品、商品、サービス）  
についてわからない点を、お客様自身がWeb  
の商品ページやFAQで見つけて解決できた割  
合を「自己解決率」と呼びます。

# 2

いま 自己解決率を  
向上させるべき3つの理由

# いま自己解決率を向上させるべき 3つの理由

1. 顧客は自己解決を望んでいる
2. 呼量削減が達成できる
3. エフォートレス体験の実現



# いま自己解決率を向上させるべき 3つの理由

## 顧客は自己解決を望んでいる

お客さまは、カスタマーサポートに質問するのは面倒だし時間がかかると思っています。不明点を感じたときにはすぐに答えを知りたいと願っています。Web上で即座に不明点が解決すれば、**顧客満足度が向上**します。



コールセンター白書2021によると、約70%が「電話する前にその会社のホームページを見た」と回答。高い割合で「知りたい事についてGoogleなどの検索サイト」を事前に調べています。

(参照：コールセンター白書2021 146ページ)

# いま自己解決率を向上させるべき 3つの理由

## 呼量削減が達成できる

自己解決率が向上していけば、お客さまからの問い合わせ数は減ります。これにより日々増え続ける呼量を削減し、**応答率を向上**させることが可能となります。

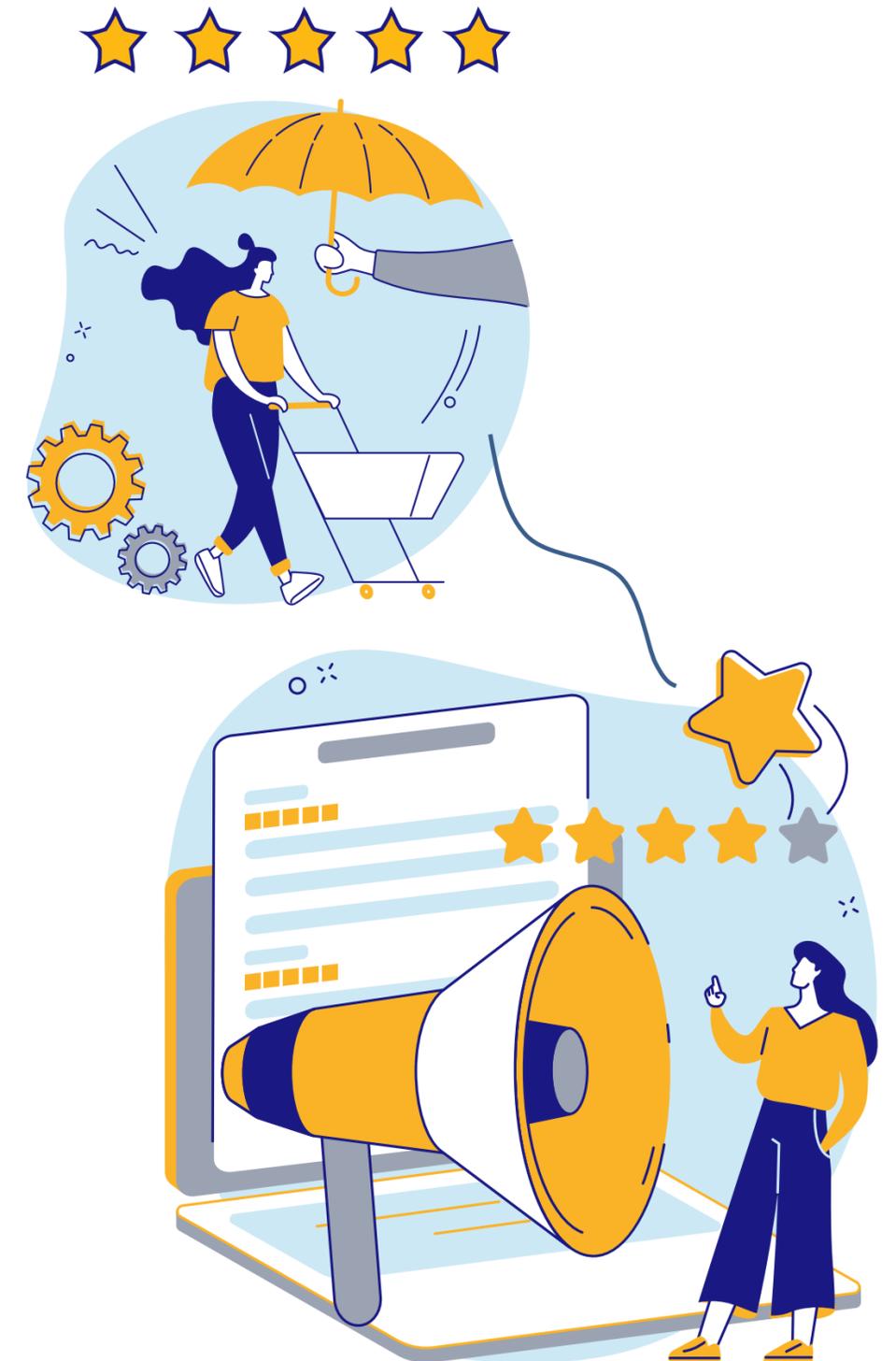


# いま自己解決率を向上させるべき 3つの理由

## エフォートレス体験の実現

エフォートレス体験とは、お客さまが時間や労力をかけずに企業のプロダクトを購入し、継続して使用できる状態を表します。

ともすると購入まではエフォートレス体験を提供できても、カスタマーサポートでその体験が壊れてしまうことがあるので注意しましょう。



# 3

自己解決率を低下させる  
2つの原因

# 自己解決率を低下させる2つの原因

## Webサイトの情報不足

Webサイトにお客さまが必要とする情報が掲載されていない、もしくは見つけにくい。



## FAQの使いづらさ

FAQで「不明点にぴったりの質問が見つけれない」、「回答が不親切」と感じられている。



# 4

## 自己解決率を向上させる 5つの方法

# 自己解決率を向上させる5つの方法

1. Webサイトを見直す **優先**
2. FAQを改善する **優先**
3. ノンボイスチャンネルを設ける
4. ビジュアルIVR（VIVR）を活用する
5. コミュニティを設ける



# 自己解決率を向上させる5つの方法

## 1. Webサイトを見直す

Webサイトの情報不足を解消するために、コールセンターに寄せられる**コールリズン**を分析しましょう。

「どの商品の問い合わせが多いか」「何についての質問か」を洗い出し、**不足している情報をWebサイトへ追加**してください。



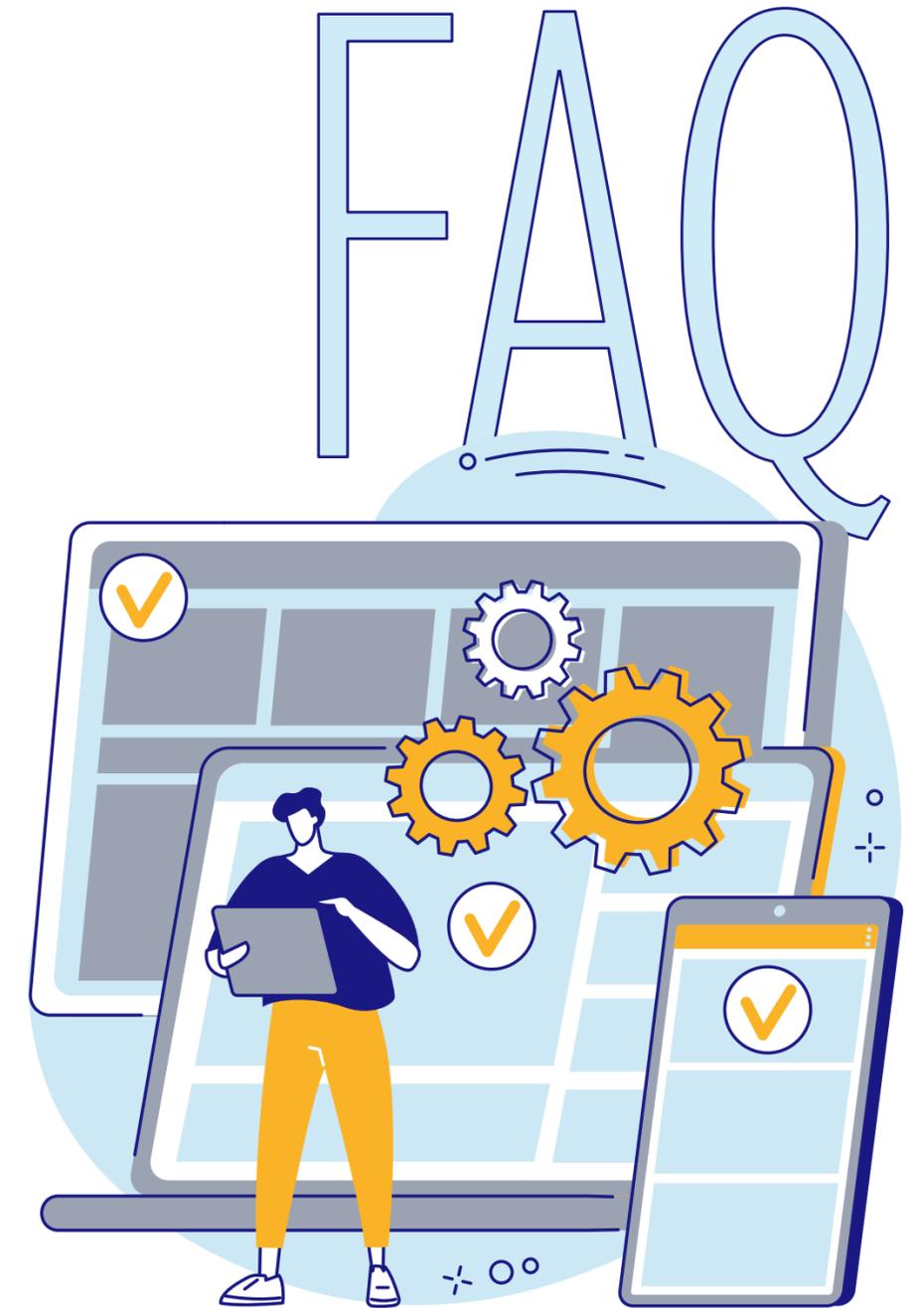
# 自己解決率を向上させる5つの方法

## 2. FAQを改善する

お客さまがぴったりの「質問」を見つけられるように、**検索窓**を設けたり、閲覧数が多い質問を**ランキング**提示したりできます。

**アコーディオン形式**が見やすくおすすめです。アコーディオン形式とすぐわかるように各質問に「▼」のようなマークを付けましょう。

**回答は2文程度のシンプルなもの**にし、詳細はリンクを載せて別ページへ誘導できます。



# 自己解決率を向上させる5つの方法

## 3. ノンボイスチャネルを設ける

ノンボイスチャネル(チャットボット、有人チャット、メッセージング、LINE連携)を設けることで、お客さまが探していた**情報に誘導**してあげたり、その場で**答え**てあげたりできます。

特に人が対応する有人チャット、メッセージング、LINE連携は、お客さま自身が分かっていない**不明点を整理**してあげるのに有効です。



# 自己解決率を向上させる5つの方法

## 4. ビジュアルIVR (VIVR) を活用する

ビジュアルIVRとは、IVRを見える化したものです。

企業サイトの中にビジュアルIVRのボタンを設置すれば、お客さまは電話を使わずにお問い合わせメニューを確認できます。

希望するメニューを選択した後は、FAQやチャットボットへ誘導され、自分で問題を解決していただけます。



# 自己解決率を向上させる5つの方法

## 5. コミュニティを設ける

コミュニティを設けるメリットは、カスタマーサポートの人的リソースを割かずにお客さまの問題を解決できることです。

コミュニティは問題解決だけでなく、お客さま同士の情報交換を促し、プロダクトへのファンを作りだす効果があります。



# 5

## 【Webの動線分析】

自己解決率向上のカギ ①

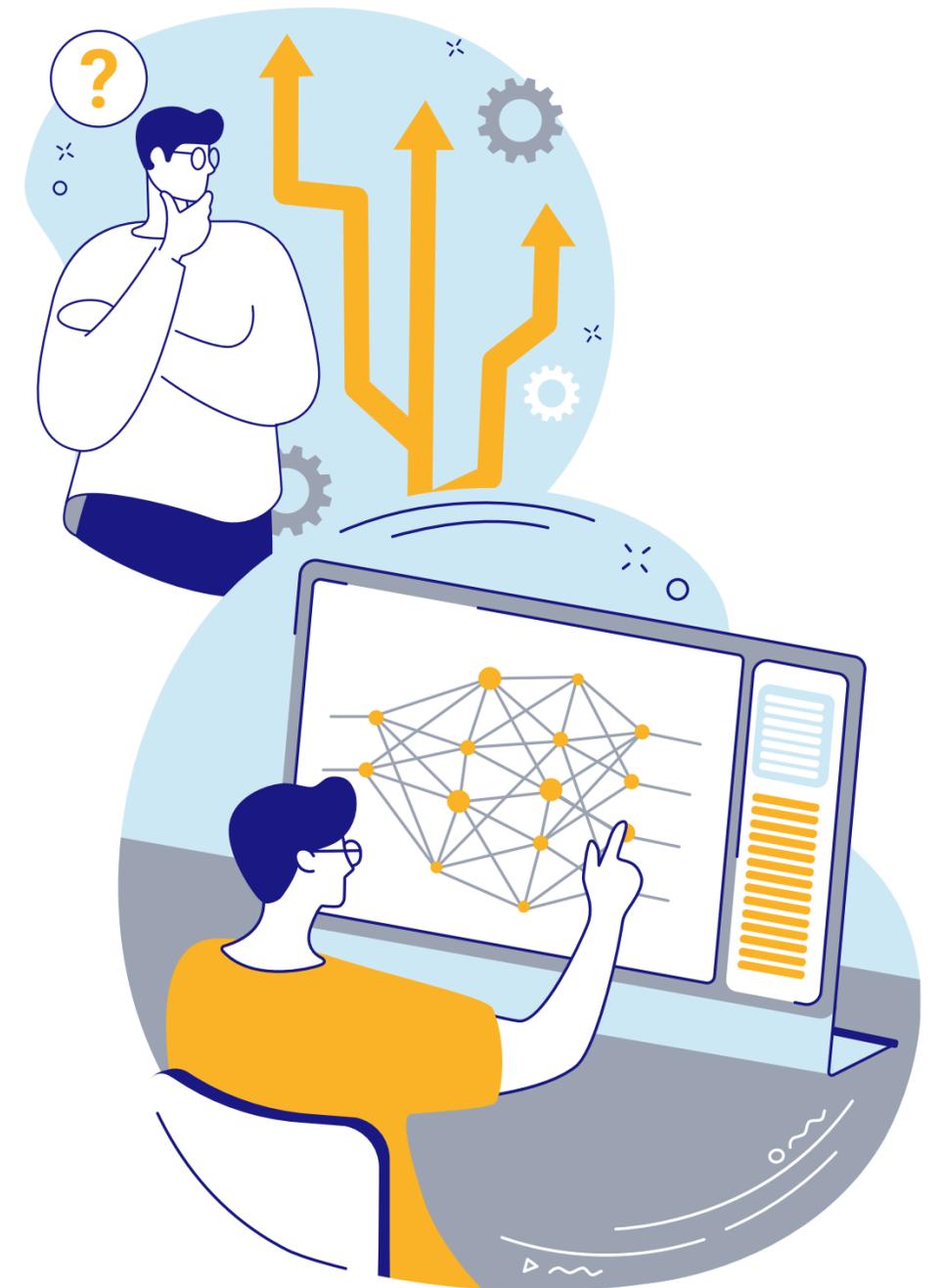
# 【Webの動線分析】

## 自己解決率向上のカギ その①

お客様のWebサイトにおける動線を分析することで、「FAQの使いづらさ」「Webサイトの情報不足」を改善できます。

たとえば「FAQのどの項目を見た後に電話で問い合わせてきたか」を分析することで、該当FAQの項目の説明が不十分であることが判明します。

特定の商品ページを見た後に問い合わせが多いのであれば、該当ページの作りがお客様にとってわかりにくいことが分析できます。



# 【Webの動線分析】

## ー ツールを使って動線分析をスピーディに ー

Web動線解析ツールを使えば動線の見える化を簡単に実現できます。継続して動線分析を行うことで安定して自己解決率を向上させていけます。

### ツール選びの際に あると便利な機能



#### アクションログ

サイトの顧客動線（閲覧履歴やクリックなどの動き）をデータとして蓄積。オペレーター画面やレポートで見える化してくれる。



#### 画面録画

サイト閲覧から問い合わせ時のコブラウジングまで、すべてを画面録画でチェック可能



#### サマリー画面

お客さまとつながったときに、それまでのサイト内の行動や関心事を「ぱっと見」で表示。



#### コンタクトリーズン

オペレーターが対応時にコンタクトリーズンを登録し、顧客動線と紐づけて分析可能。

# 6

## 【着信前のCXを可視化】

自己解決率向上のカギ②

## 【着信前のCXを可視化】

### 自己解決率向上のカギ ②

FAQや商品ページを改善しても、お客さまがWebで問題を解決できないケースがあります。お客さまが電話で問い合わせた際には、可能な限りスムーズな対応をしてエフォートレス体験を崩さないようにしたいものです。

そのために、**Web動線解析ツール**などを活用して、入呼があった際に**オペレーターの画面**に、「お客さまの企業サイト内の閲覧履歴」「どのキーワードで検索したか」「閲覧時間」などの**動線が提示されるように**するとよいでしょう。



## 最後に

自己解決率を向上させることで、快適に企業のプロダクトを利用できる「エフォートレス体験」を提供できます。

まずはWebの動線分析を行って、FAQを改善したり、Webサイトの情報を充実させたりしていきましょう。さらにノンボイスチャネルを設けたり、ビジュアルIVRを活用したりすることもできます。

自己解決率を向上させることで、お客さまには購入からカスタマーサポートに至るまでエフォートレス体験を提供していきましょう。



# オプティパス コールセンター用 Web動線解析ツール

## お客様の動きは、 見えている。

カスタマーサポートに新しいビジョンを。

Webの導線解析で、カスタマーサポートとFAQを顧客視点で改善。  
的確な情報をお客様に提案&FAQの最適化でCSAT向上。

Optipass はコールセンター用 Web動線解析ツールです。解析機能に加えて、コブラウジング機能やビデオ通話機能も搭載されています。コールセンターシステムと簡単に連携でき、自己解決率を向上させるツールです。





[【公式サイト Optipass】](#)



株式会社 コミュニケーションビジネスアヴェニュー  
〒239-0847 神奈川県横須賀市光の丘3番4号 YRP 1番館 5F  
046-821-3362 (平日 9:00—17:00)  
<https://cba-japan.com>