



3分で
情報チャージ

一次解決率を 向上させる方法7つと 注意点1つ



一次解決率が思ったように向上しない原因と対応策を解説します

目次

1. 一次解決率とは
2. 一次解決率が重要な理由
3. 一次解決率を向上させる方法 7つ
4. 一次解決率を向上させる注意点 1つ



1

一次解決率とは

一次解決率とは

エスカレーション・他部署への転送・折り返し電話なしで
問い合わせを解決できた 案件の割合のこと



「顧客満足度」と「コールセンターの応対品質」を高めるため、
コールセンターにおける適切な運用に不可欠な指標です

一次解決率とは

「一次解決率」と「1コール解決率 / 案件解決率」との違い

	意味	エスカレーション	他部署への転送	他部署への転送
一次解決率	顧客からの1回目のコールで最初のオペレーターが解決できた割合	なし	なし	なし
1コール解決率	顧客から1回のコールで解決できた割合	あり	あり	なし
案件解決率	最終的に顧客の問い合わせが解決できた割合	あり	あり	あり

2

一次解決率が重要な理由

一次解決率が重要な理由

1. 顧客満足度向上
2. LTVの向上
3. コールセンターの運用コスト削減



一次解決率が重要な理由

1. 顧客満足度向上

最初に対応したオペレーターが用件を解決してくれるとお客さまは最も満足する。

「問い合わせをしたお客さまが満足した理由」第一位

求めたことへの回答が得られた 69.5%



「オペレーターに最も求めること」第一位

求めたことへの適切な回答 52.5%

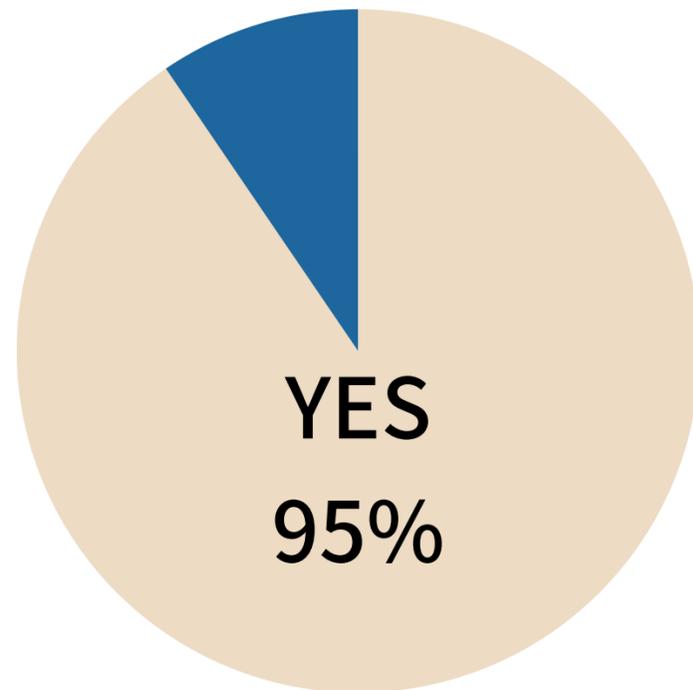


一次解決率が重要な理由

2. LTVの向上

お客さまは、一回だけで期待通りの対応をしてくれる企業を好ましく思い、取引の継続を希望する。LTVの向上は、サービス解約の防止や新たなプロダクトへとつながる。

(LTV = 顧客生涯価値 Life Time Value)



取引の継続を希望するか

一次解決率が高い企業



クロスセルの受け入れ率

一次解決率が重要な理由

3. コールセンターの運用コスト削減

一次解決率が 1% 向上することにより…

【コールセンター運用コスト】

1%



【オペレーター満足度】

1~5%



3

一次解決率を向上させる方法 7つ

一次解決率を向上させる方法7つ

1. トークスクリプト（台本）の定期更新
2. ナレッジコンテンツの充実
3. FAQの改善
4. 一次解決向上を目指したトレーニング
5. コブラウジング機能の活用
6. Webコール機能の活用
7. 事前にコンタクトリーズンを把握する



一次解決率を向上させる方法7つ

1. トークスクリプトの定期更新

オペレーターが参照するトークスクリプトは、新しいプロダクトが加わった時だけでなく、**Webサイトが変更されたり、コールリーズンが増えたりするごとに更新**しましょう。



一次解決率を向上させる方法7つ

2. ナレッジコンテンツの充実

お客さまの多岐にわたる質問に対応するため、オペレーターが参照できるナレッジコンテンツを充実させてください。

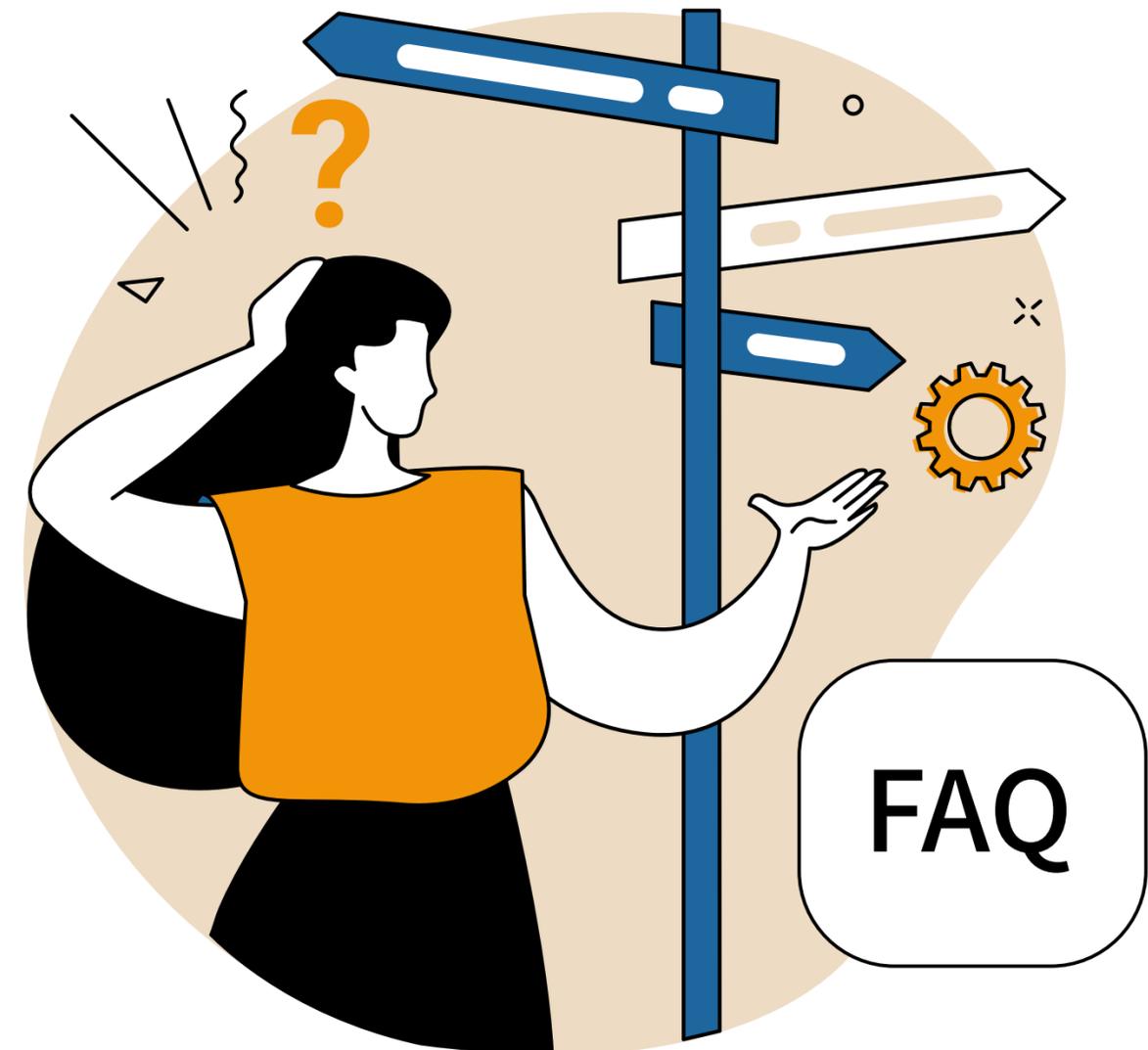
コールリーズンをカテゴリに分け、対応方法を見やすくしておきましょう。



一次解決率を向上させる方法7つ

3. FAQの改善

お客さまがFAQの「どの項目を見たあとにコールセンターへ問い合わせしているのか」をチェックし、該当項目を改善することで、お客さまの自己解決率を高めることができます。



一次解決率を向上させる方法7つ

4. 一次解決向上を目指したトレーニング

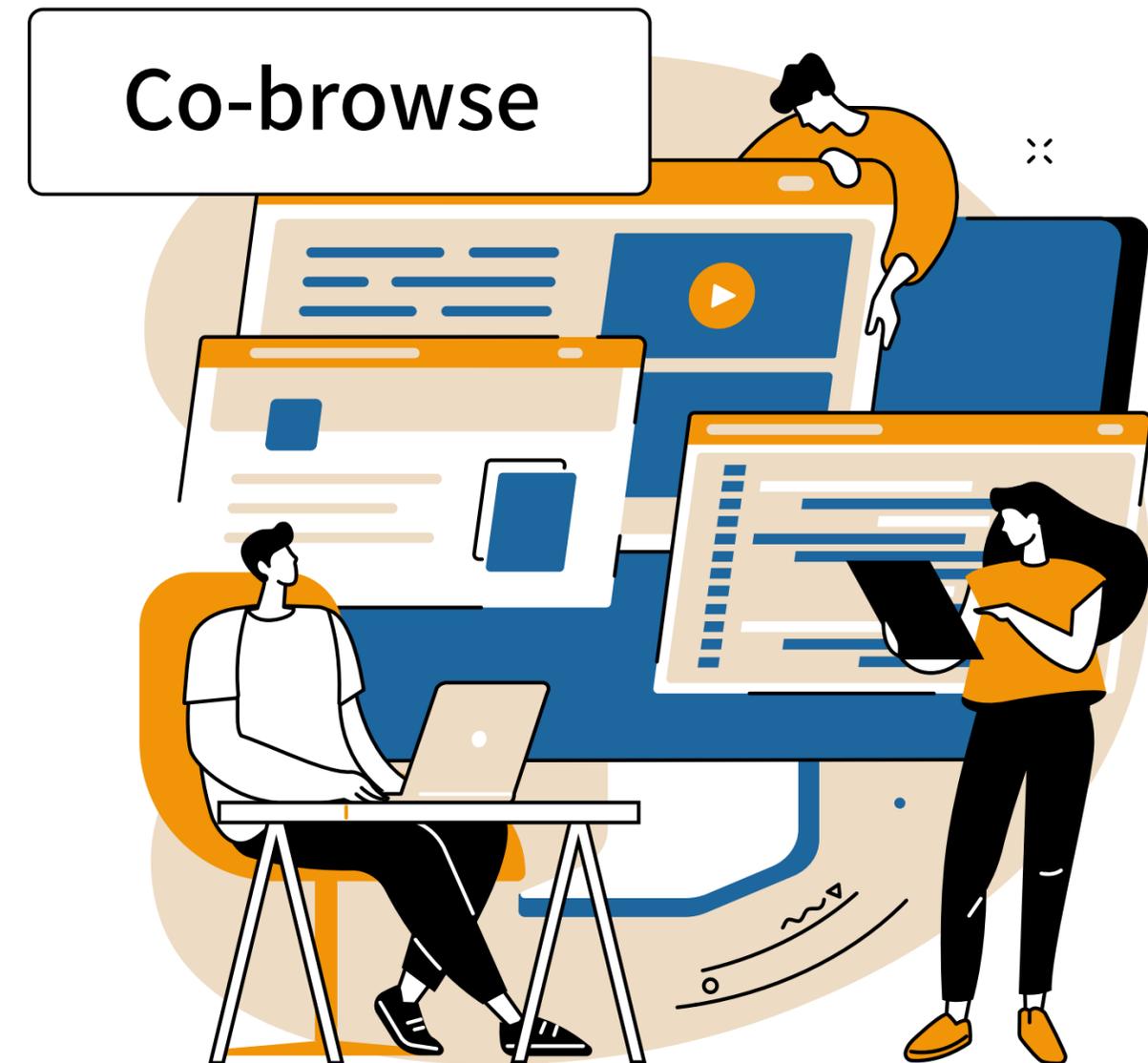
オペレーターが更新されていくトークスクリプト、ナレッジ、FAQの内容を理解し、それぞれのコンテンツを使用しながら顧客対応ができるようにトレーニングしてください。



一次解決率を向上させる方法7つ

5. コブラウジング機能の活用

「手続きの仕方がわからない」「操作方法が理解できない」というお客さまに対応するときや、オペレーターが「言葉だけで説明するのには限界がある」と感じる対応にコブラウジング機能は効果的です。



一次解決率を向上させる方法7つ

【参考】 コブラウザング？

Co-browse?

コブラウザングとは、お客さまとオペレーターのブラウザ画面を同期させる機能

- **画面共有** アカウント登録の手間なしで、お客さまと画面を瞬時に共有できる。
- **遠隔操作** オペレーターがお客さまの画面を遠隔操作できる。
- **書き込み** オペレーターとお客さまが共有中のブラウザ画面上に、マーカーで書き込みできる。
- **資料共有** オペレーターがお客さまのブラウザ画面上に資料をすぐ送れる。お客さまはメール受信をわざわざする必要がない。

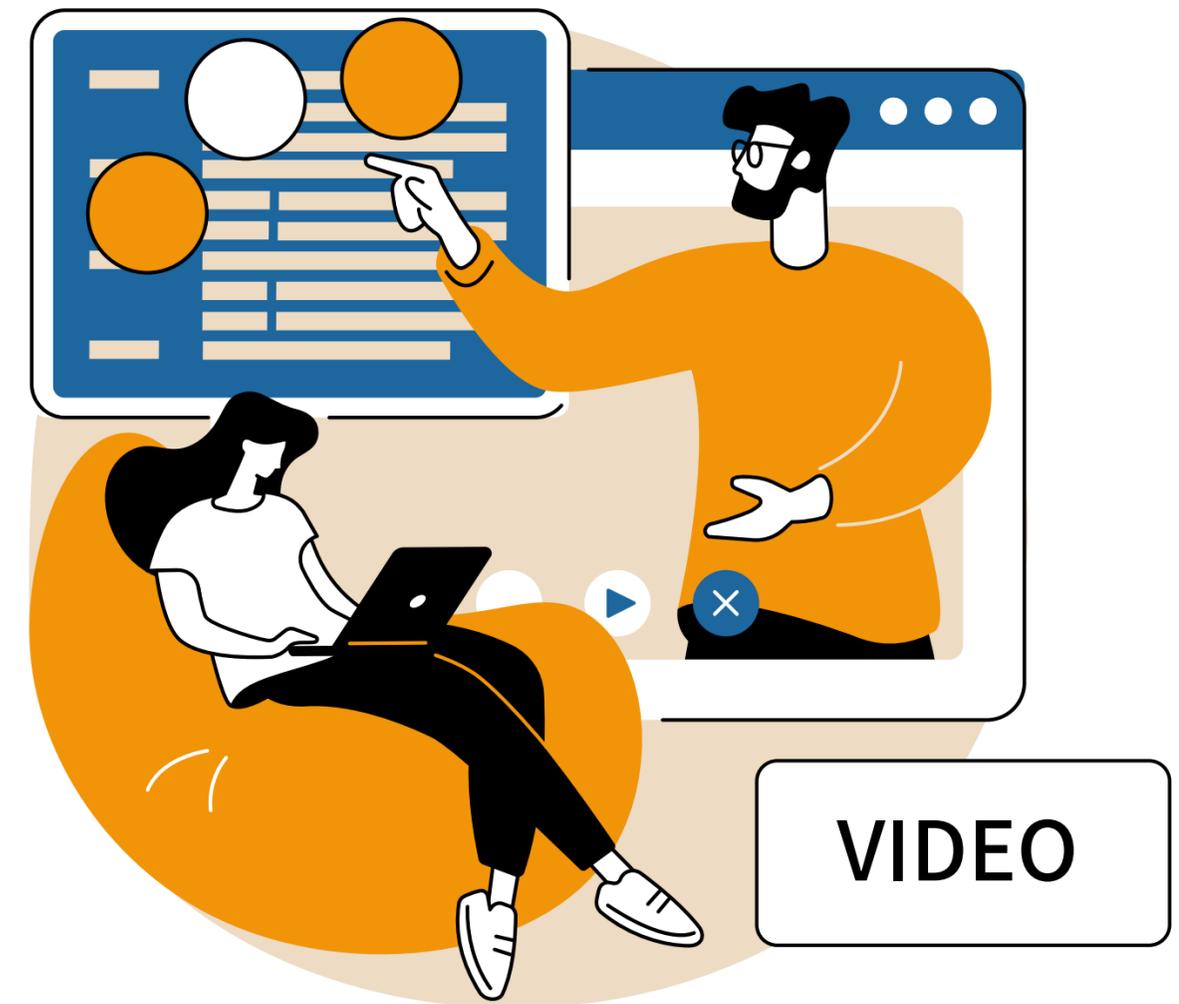


一次解決率を向上させる方法7つ

6. ビデオ通話の活用

お客様の顔を見ながらオペレーターが説明することで、**相手の理解度や不満度など**を知ることができるため、結果的に丁寧な説明ができます。

さらに、**お客様側の機器の状態も把握しやすくなり**、正確な対応をすることができます。



一次解決率を向上させる方法7つ

7. 事前にコンタクトリーズンを把握する

調査によれば、6割以上のお客さまは、事前にwebサイトやFAQを調べても解決できなかったためコールセンターに問い合わせをしてきます。そうしたお客さまには、**コールセンター用web解析ツール**などを活用し、**再度同じサイトやFAQへ誘導することは避けた**いものです。



一次解決率を向上させる方法7つ

【参考】コールセンター用Web解析ツールでできること2つ

(その1)

Web解析ツールを使うと、**入電時にお客さまの閲覧履歴を見る**ことができます。**閲覧履歴がわかると、オペレーターはお客さまがすでに見たページを案内してしまうことを避けられます。**

もしお客さまがFAQをすでに見たのであれば、どの項目を見て理解的なかったのかをあらかじめ知ることもできます。



一次解決率を向上させる方法7つ

【参考】コールセンター用Web解析ツールでできること2つ

(その2)

Web解析ツールを使って問い合わせる前の顧客データを蓄積していくことで、

「お客さまがサイトやFAQのどこでつまづいているか」が見えてきます。

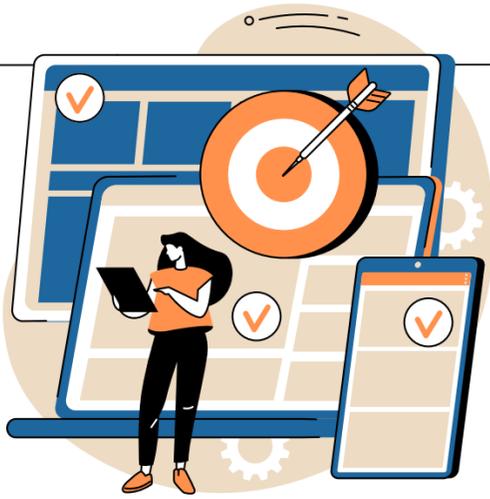
webサイトの改善点を正確に把握することで、お客さまの自己解決率も高めていけます。



4

一次解決率を向上させる注意点1つ

一次解決率を向上させる注意点 1つ



“一次解決率の数値の向上だけに着目しない”

数値的に一次解決率が向上したとしても、実はお客さまの問題は解決していないことがあります。

手続きの手順をオペレーターから説明され、お客さまは理解できたつもりになり一旦は電話を切ったものの、後でうまくいかなかったという場合などです。

そのお客さまが再度架電すると、コールセンター側では最初の架電とは別の案件として扱われるため両方で良い一次解決率が測定されるかもしれませんが、お客さまは満足していません。

また、**オペレーターが一次解決率の数値だけを気にし始めると、お客さまの質問を深掘りすることを怠り、最低限の案内だけをして案件を終わらせようとしています。**



最後に



一次解決率を顧客満足度向上へ繋げるために…

オペレーターへ一次解決率について説明するときには、**いちばん大切なのはお客さまのお困りごとを解決すること**であり、**お客さまが2回目の問い合わせをしなくてもよい対応がベスト**であることを教えましょう。一回目の対応時に、**コブラウジング機能**や**ビデオ通話**を使って丁寧に説明してあげることができるでしょう。

バランスの取れた一次解決率向上を目指す施策を行っていくなら、**真の顧客満足度向上**とオペレーターや管理者の負担軽減を実現できるでしょう。

向上のために

一次解決率を向上させるには、オペレーターへのサポート、お客さまの自己解決率を高める施策、有効な機能やツールの活用が必要。

注意点

一次解決率の数値だけにこだわりすぎない。一次解決率向上を目指すと同時に、「お客さまに2度目の問い合わせをさせない」対応を目指す。

Optipass コールセンター用 Web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、一次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>