

株式会社PRAZNA (プラズナ)

FAQ運用の視点で見る 「活用されるFAQ」とは？

ソリューションビジネス本部

大矢 聡

2022.3.4 Connpass

【オンライン】FAQの書き方を学ぶ UX×テクニカルライティング勉強会 #5



FAQを運用するとは？

confidential

多くの企業が、FAQソリューションを導入していますが、
FAQ運用に、必須ではありません。

FAQ運用には、

運用目的の設定（目的意識）

誰が、どのようにFAQを運用するか（ルール設定）

を行った上で、

スムーズな運用には何が不足しているか？を確認します。

すると、

誰もが簡単にFAQ(HTML)を作成できる機能が必要だ

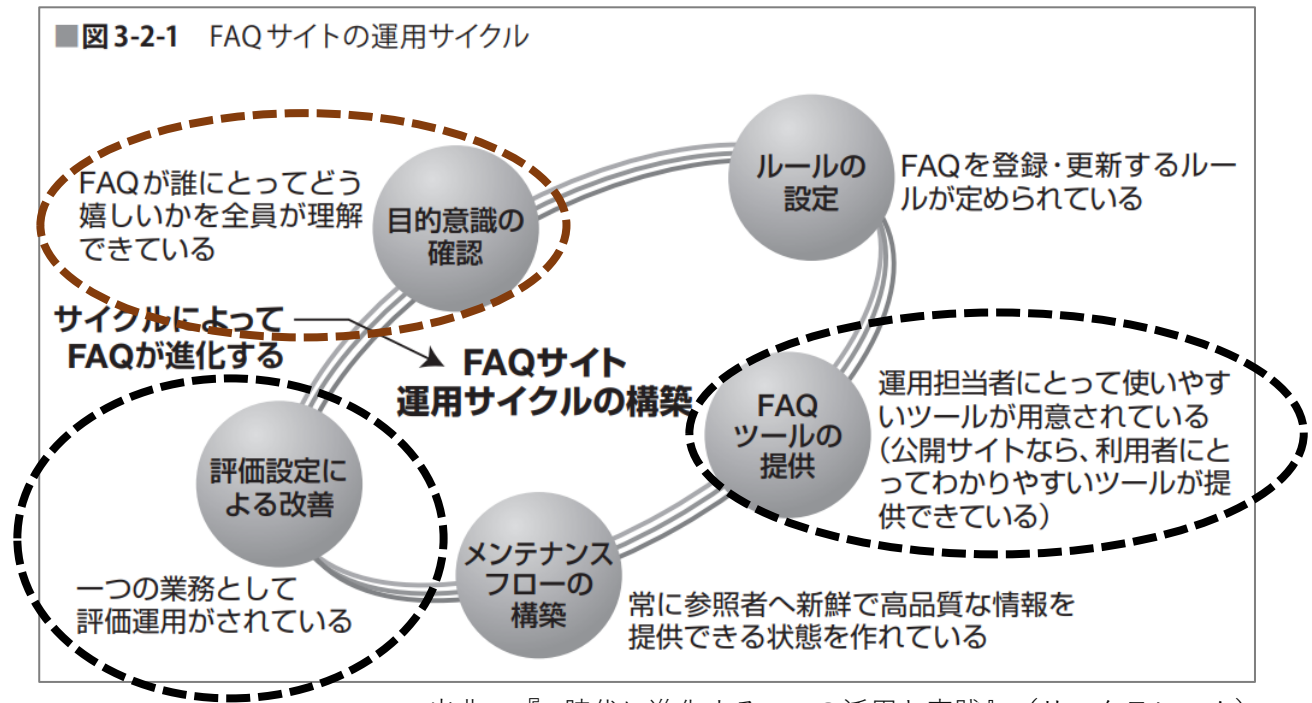
どのFAQコンテンツが参照されたのか分析機能が必要だ

担当者が変わる度にトレーニングを受けられる仕組みがあると便利だ

と必要な支援項目が見えてきます。

FAQソリューションは必須ではありませんが、

上手に活用すると、スムーズで継続的なFAQ運用が実現できます。



出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）

FAQ運用に課題を抱える企業の多くは、

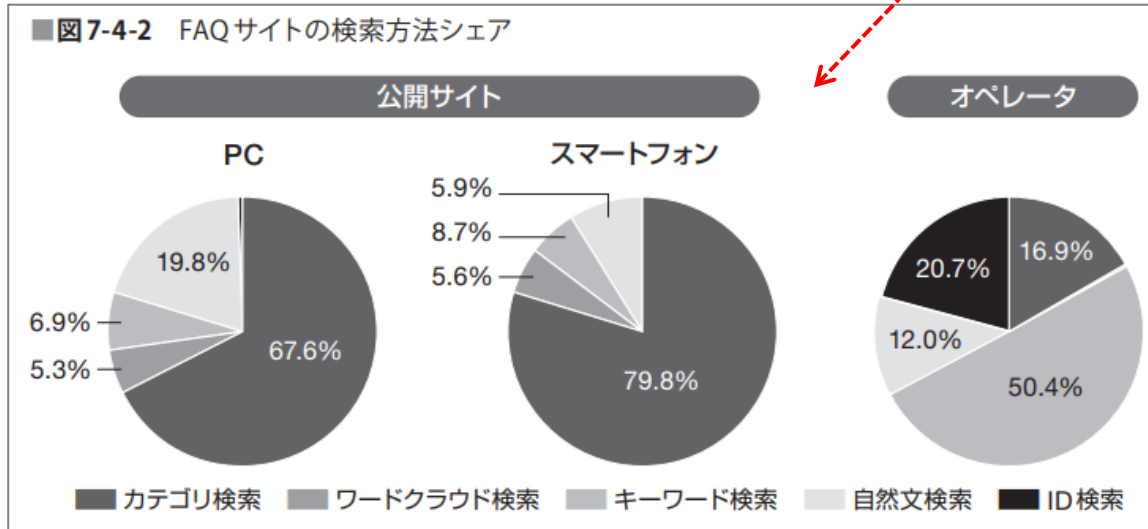
「目的意識の確認」を解消することで前進できています。

FAQを運用するとは？

分析を進めていくと、さまざまな傾向が見えてきます。

同じFAQサイトも使う場面によって大きく違いが出ます。

必ずしも私たちが想像する検索結果にはなりません。



出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）

■ 図7-4-8 0件ヒットワード分析

検索ワード	カテゴリ	検索タイプ	件数	離脱数
javascript	全体	自然文	3	1
ずれる	全体	自然文	2	0
テキストボックスに文章が残る	全体	自然文	2	1
パラメータ	全体>システム関連	自然文	2	0
直接参照url	全体	自然文	2	1
定期 サイクル	全体	自然文	2	1
キーワードアクセス推移	全体	自然文	1	0
ターゲットタブ	全体	自然文	1	0

出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）

上位何件までに表示されるか、によっても効果が変わります。

■ 図7-4-5 検索結果上位の参照率

	平均参照率	上位10位	上位30位	上位50位
オペレータ画面	9.8%	43.0%	42.7%	28.2%
一般公開サイト	15.3%	31.6%	14.9%	13.5%

出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）

同じFAQサイトでも、利用者が違うと使われ方が大きく変わります。

社内利用の場合はどうあるべきか。

どのような検索ワードが使われているのか。

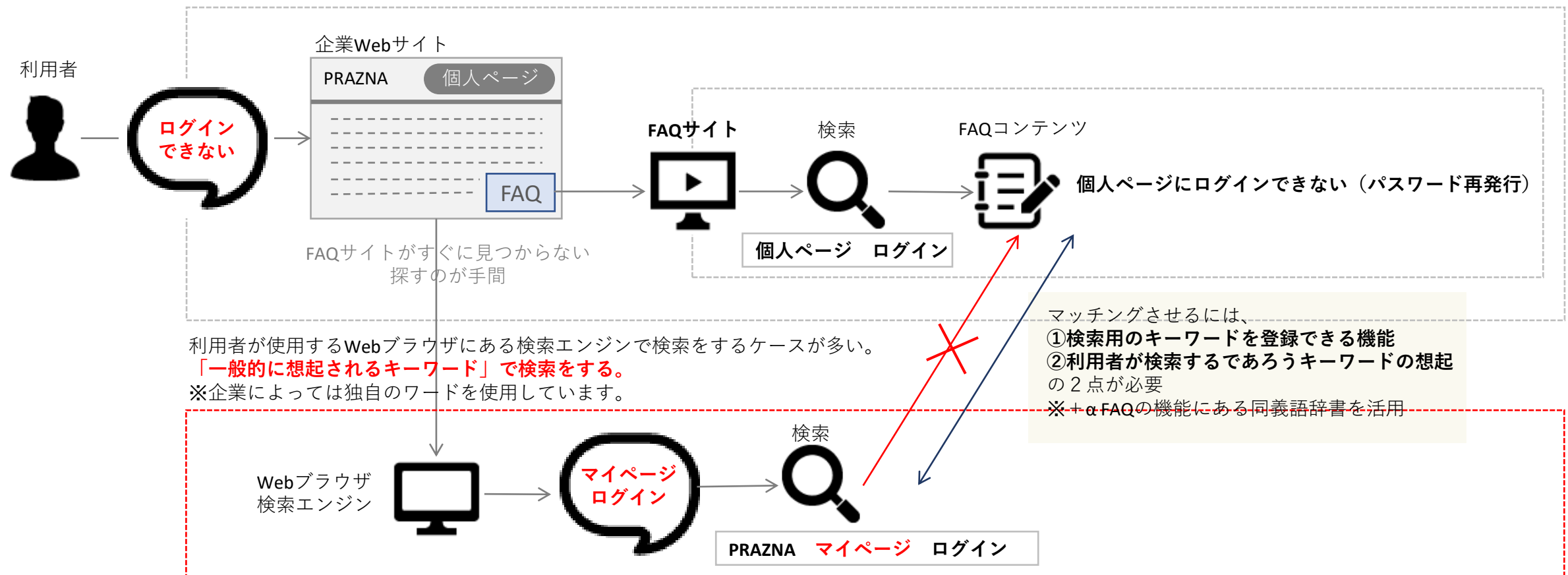
まずは、そのFAQサイトの特性を知ることが重要です。

FAQでSEO対策？FAQを改善するためのソリューション機能

confidential

「FAQがなかなか参照されない」を解決するために、SEO機能に加えて、ライティングの技術も必要です。

一般的には、企業のHPからFAQサイトに入って、
「個人ページにログインできない（パスワード再発行）」などからFAQコンテンツを参照できる。





FAQでSEO対策？FAQを改善するためのソリューション機能

confidential

正しい表記、とは分析結果にも答えがあります。

■図7-4-8 0件ヒットワード分析

検索ワード	カテゴリ	検索タイプ	件数	離脱数
javascript	全体	自然文	3	1
ずれる	全体	自然文	2	0
テキストボックスに文章が残る	全体	自然文	2	1
パラメータ	全体>システム関連	自然文	2	0
直接参照url	全体	自然文	2	1
定期 サイクル	全体	自然文	2	1
キーワードアクセス推移	全体	自然文	1	0
ターゲットタブ	全体	自然文	1	0

出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）

参照数が多く、解決率が低い場合には改善の優先度が「高」いですが、検索ワードは、ランキング下位にヒントが詰まっていることが多い。

企業のWebサイトポリシーに沿って、正しい製品名やボタン名で表記をしても参照数が伸びない。その場合には、分析結果を見てみましょう。

そこには、思いもつかない利用者の検索結果があり、**FAQコンテンツ改善のヒントが詰まっています。**

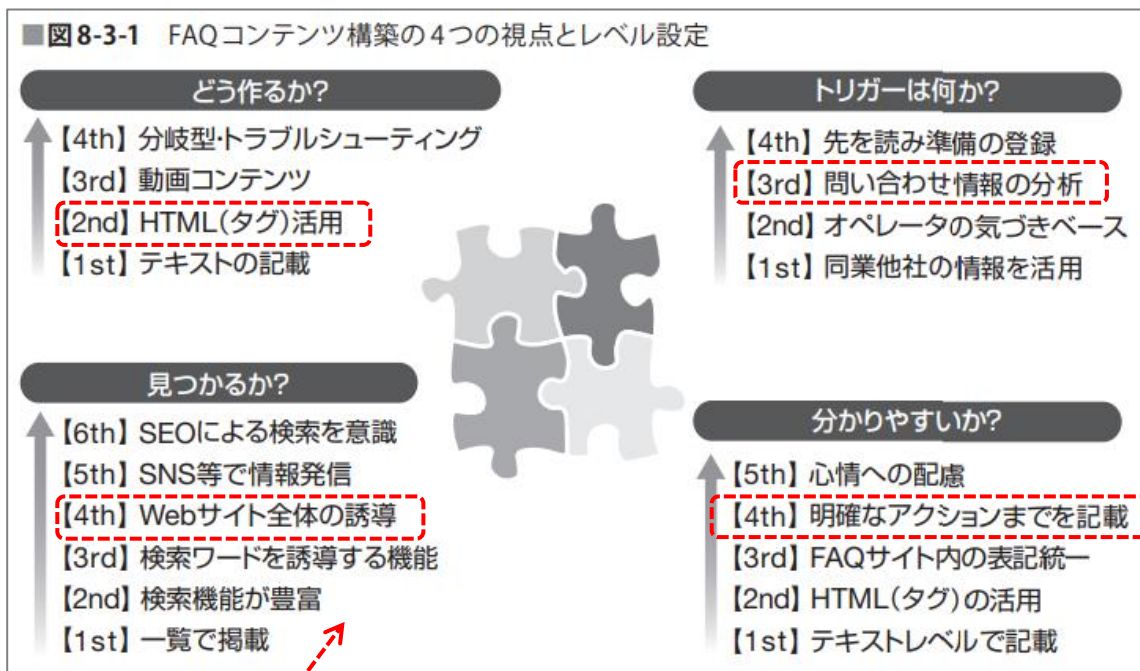
そして、「評価」も活用しましょう。オペレータには高評価だったFAQコンテンツも、一般利用者には、見にくいと低評価になることもあります。

分析結果と評価を活用して、正確で最新の情報を、迅速に公開することが重要です。

FAQに動画は必要？作成すべきコンテンツのレベルとは

confidential

正確で最新の情報を、迅速に公開することを忘れずに。



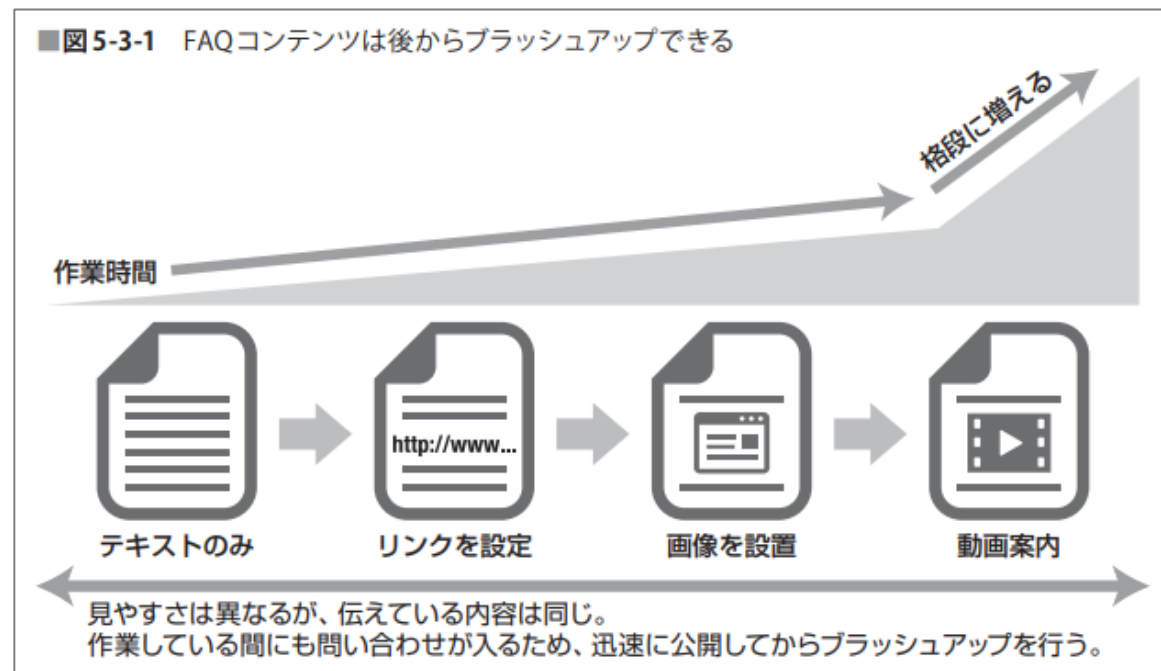
出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）

例えば、急激な問合せ増加に、迅速に対応する場合。
問合せの内容を分析し、スクリーンショットを活用してWebサイト全体でリンクを貼る。
などの「いまどこまでやるべきか」を明確にすることが大事。

動画を付けると効果が高まるカテゴリ、シナリオ型にすると効果が高まるカテゴリを正しく判断しましょう。

問い合わせの旬に届けることが大切です。

FAQは簡単に、何度でも更新ができます。



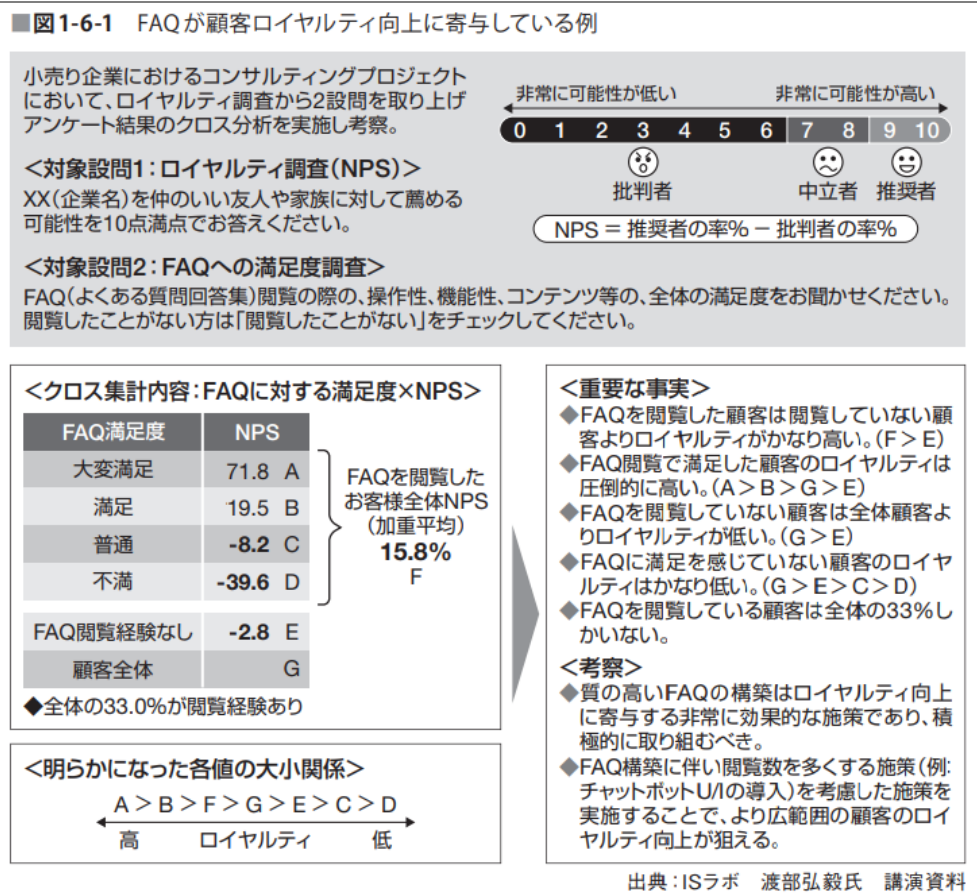
出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）

特に動画は、操作系コンテンツで効果が期待できます。
更新し辛いので、しばらく内容（名称も）に変更がなさそうかも考慮が必要。

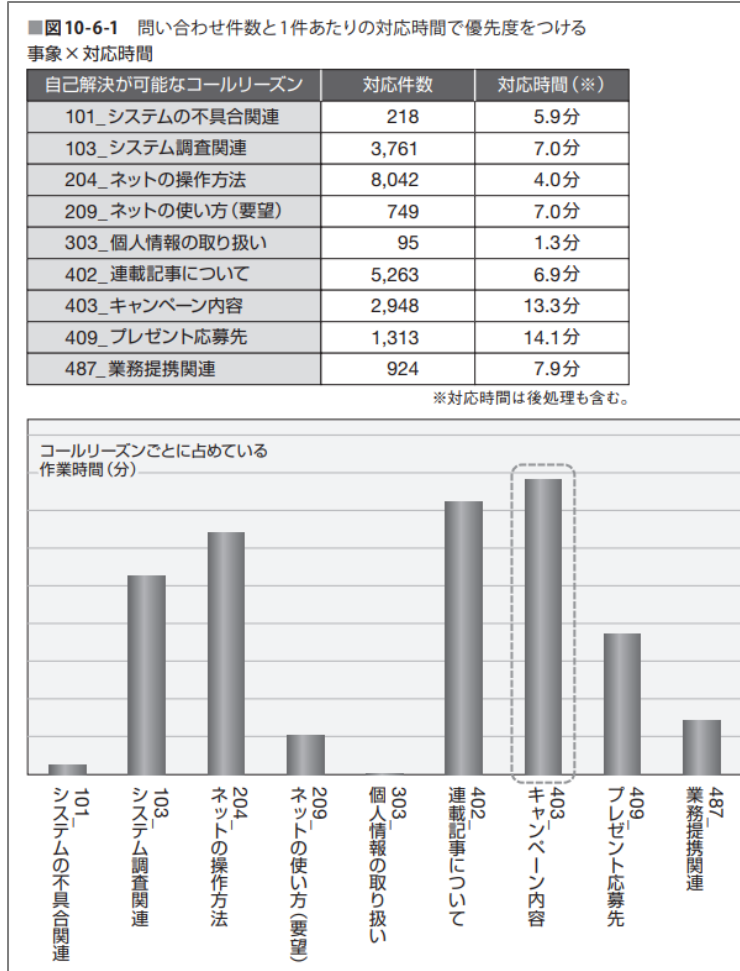
FAQの価値を算出して、そのFAQ業務の価値を伝えよう

confidential

FAQがもたらす効果を伝えて、多くのFAQサイトの改善に取り組んでください。



出典: 『AI時代に進化するFAQの活用と実践』 (リックテレコム)



出典: 『AI時代に進化するFAQの活用と実践』 (リックテレコム)

FAQの効果算出方法はいくつかあります。

説明に時間が掛かるので、

今日は「こんなものがあるんだ」程度で

知っていただけたら嬉しいです。

興味があれば、またご相談ください。

ただ「参照数×評価率×コスト」のような
シンプルなものは実値と大きく逸れるため、
ロジカルな分析手法が求められます。

FAQの目的は？VOCを意識した運用で大きな成果へ

confidential

一つ広い視点で、FAQサイトの価値を高める。

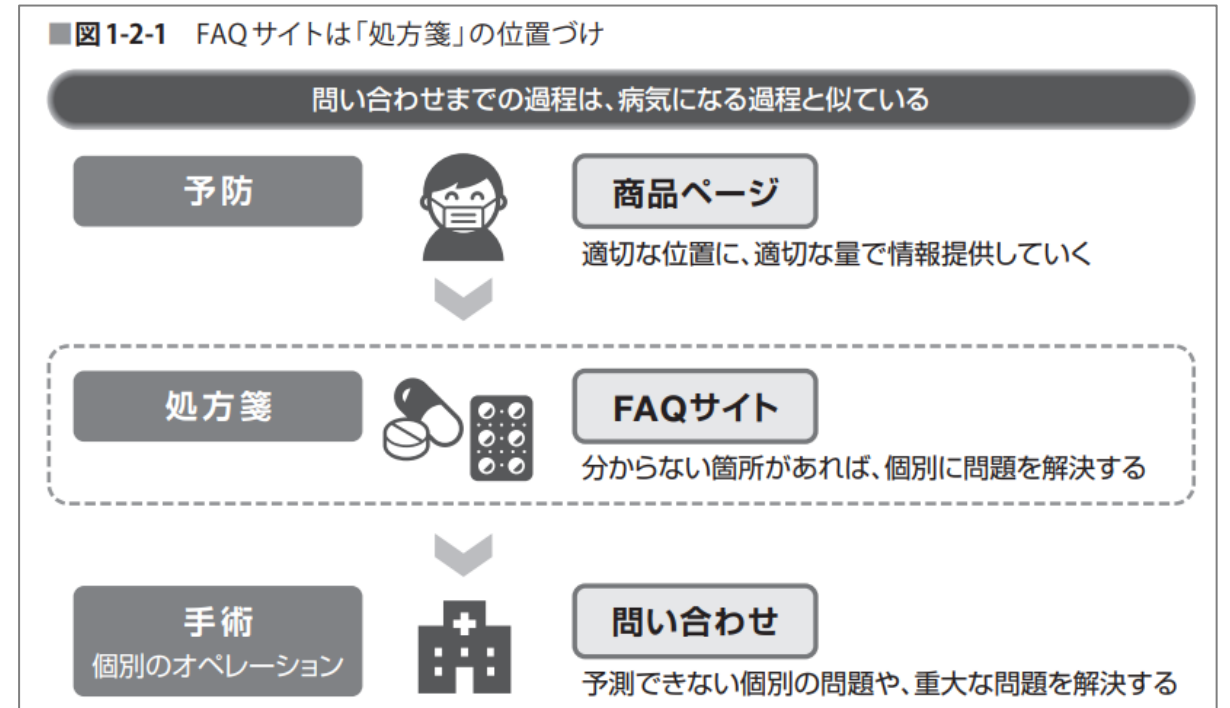
FAQをより良くしたい！と思うほどに
FAQサイトばかりを分析してしまいます。

FAQサイトはWebサイトの一部。
FAQサイトにたどり着くまでの導線も振り返りましょう。

このFAQはいつも参照数がトップで、解決率もトップです。
これは改善に繋げましょう。

FAQサイトは処方箋。
本来は必要ないものです。
多くの人が必要としている薬があれば、
薬を必要としない予防策にも目を向けましょう。

FAQサイトがWebサイト全体を改善に導くこともできます。



出典：『AI時代に進化するFAQの活用と実践』（リックテレコム）



電話が繋がらなくて必要な情報が入手できない
そんな今までの問題を解決する新しいソリューション。

Visual IVR

入電をコントロールし、
CX向上とDX促進を実現！

入電削減、入電転送の効率化、
災害、イベント時の一時的な入電対策に寄与



Visual IVRについてちょっと知りたい人は、↓の記事をご覧ください。



[ビジュアルIVRの導入事例 | 企業と顧客が
得られるメリットと注意点](#)



[ビジュアルIVRをコールセンターに採用するメリ
ット・デメリット](#)



[コールセンターで削減すべき呼量とは？呼損
率の算出方法とビジュアルIVRによる打ち手](#)



大矢 聡
Satoshi Oya

Eメール : s_oya@prazna.com



ハテナ ナルホド
「？」を「！」にする会社です。

<https://prazna.com/>