

みなさま。多数の質問ありがとうございました。全てに回答、なんらかのコメントをしました。すこしでもお役に立てれば幸いです。またTwitterにもたくさんのお声ありがとうございます！こちらのいくつかについても回答、コメントしました。また分からないことや相談ごとがあればいつでもお待ちしております。あて先 [faqpro@standard-faq.com](mailto:faqpro@standard-faq.com)

| ご質問   | 回答・コメント  |
|---|--|
| <p>【事前質問】自己解決を最大化/阻害するFAQの視点を知りたいです</p>   | <p>本当にたくさんありますが、ひとまず代表的なものを列挙します。<br/>自己解決、を自己解決率と読みかえて回答しますね。<br/>最大化：①問い合わせの傾向(コールリズン分析という)を細かく探る。②8から9割の人が問合わせる問合せ群が必ずあるのでそれを見極める。③その問合せについて徹底的にFAQを磨き上げる。<br/>阻害：①問合せ傾向を科学的に分析せず感覚的や上からの意向で決めつける②下手でも何でもとりあえずたくさん作る③できたらほったらかしにして分析メンテナンスもしない。<br/>阻害要因の部分は、辛口ですが、実際にそういう現場が数多くあるので振り返りが必要ですね。</p> |
| <p>【事前質問】FAQを最後まで読まない、わかりにくいへの解決方法</p>  | <p>幾つかの解決方法を列挙しますね。<br/>・要点や結論を先に書く。<br/>・文字数を減らす。(少ないほど良い)<br/>・箇条書きにする。<br/>・丁寧に書きすぎない。(である調でもよい)<br/>・リンクはなし、あってもひとつ。<br/>・平易な言葉で。</p>  |
| <p>【事前質問】スタートアップだからこそ、サービス内容などの変更が頻繁にあります。その際に、FAQの内容を漏れなく更新するのが難しいと感じていますが、どう管理されている/したら良いなどありますか？</p>         | <p>FAQをマニュアルと同じとらえないことです。<br/>FAQは問合せの多い質問。商品やサービスの更改のたびにFAQも更新する必要がありますとは思えません。<br/>FAQを更新しても来もしない質問なら作業がもったいないです。<br/>来る質問のFAQが何かを見極めてそれだけを更新することをお勧めします。</p>  |
| <p>【事前質問】FAQコンテンツを作成する判断材料(とある問合せ内容が〇%超えたからそれに関する内容を作成すべきか？一機能に関して最低FAQは〇個あった方がいいなど量を優先に作成すべきか？といった判断軸について)</p> | <p>必要なFAQなら数を制限する必要はないと思います。<br/>FAQをして搭載する基準として数値的な判断は賛成です。<br/>1週間分の問合せ「数」で多い方から80%を占める問合せ「パターン」をFAQにする、といったことは如何でしょうか。<br/>すると理論上問合せ全数の80%がFAQに入ることになります。<br/>粒度に注意すれば問合せパターンの20%ほどで、問合せ数の80%を占めることがわかってくると思います。</p>  |
| <p>【事前質問】内容を更新する工数が確保できない状態を脱するには何から始めればよいでしょうか・・・。</p>   | <p>公開情報を更新(最新の状態にする)ことは、企業としての必須義務かと思っています。工数は「確保する」というより初めから工数を見込んでリソースの計画するマネジメントが先決かと思っています。更新対象が多すぎたり、対象の質が悪くて更新に時間がかかるのであれば、対象のFAQなどの情報の質を改善すると更新にも手を取られなくなります。または「夏休みの宿題理論」ということかもしれません。更新はまめにやっていると溜まっていかないものです。</p>  |

| ご質問   | 回答・コメント  |
|---|--|
| <p>【事前質問】FAQ作成の際に陥りがちな落とし穴、もしくは「これは失敗だった」のような事例があれば知りたいです。</p>  | <p>落とし穴というか、必ず落ちるのですが(笑) 最初から数百のFAQを準備しようとする事です。(ほとんどの企業がそうです) しかも同義語や検索用のメタもきちんと準備します。しかし実際に公開してもやはり80%のFAQにはあまりアクセスがありません。初期に苦労しても報われない気分になります。スモールスタートという考え方が早く浸透して欲しいです。</p>   |
| <p>【事前質問】FAQ活動の費用対効果（ROI）はどのように定量化されておりますでしょうか。</p>   | <p>ROIは簡単に言えば、FAQ改善前後での中期的な運用コストの比較だけです。運用コストやROIは企業が常に定量的に正確に計算しているかと思えます。企業により計算の元となる数値は様々です。私たちはその計算方法や計算に要する数値が正確かを見極めてコンサルする場合があります。</p>  |
| <p>【事前質問】情報量が多すぎて検索性が低い課題の解決策はありますか</p>   | <p>情報の量を減らすことかと思えます。減らすFAQはやはり、ほとんどアクセスされないFAQです。<br/>減らせない場合は全FAQを見直してFAQを書きかえる。<br/>検索ヒットできるように同義語やメタを充実させる、といったことかと思えます。</p>  |
| <p>FAQを構築するにあたっておすすめなシステムはありますか？</p>  | <p>もちろんありますが、私の仕事上公的なコメントは控えています。個別で回答は致します。</p>   |
| <p>【事前質問】QにAを書くと文字数が長くなるのですが、どの程度の長さまでを目安に考えるべきでしょうか？</p>   | <p>FAQシステムやサイトのデザインにもよりますが、Qは長くても2行に収まる。Aは長くても360文字程度まで。行でいえば15行程度までで。少なければ少ないほどいいです。</p>  |
| <p>著書も読ませていただきましたが、やはり一問一答的な形に納められることが理想に近いと思いました。<br/>勤怠管理システムのFAQを作成しているのですが、1つの機能に複数の設定が絡むことがあり、記事に盛り込む情報が多くなりがちです。<br/>一方、記事ごとにピンポイントに内容を絞ることで記事数が増えちゃうというジレンマがあるため、そのバランスに対してどのように考えていけばいいでしょうか。</p> | <p>記事（FAQ）はピンポイントに絞り込まれているのであればいったんは数が増えてもいいと思います。ただし運用において、アクセスが少ないFAQはどんどん削除します。そして分析は続け効果を測定します。FAQが減ったぶん、分析メンテナンス工数は緩和されます。削除したFAQはとっておいて、分析上必要な時に必要な分システムにに入れます。</p>  |
| <p>【事前質問】FAQの更新タイミング。あまり頻繁にしてもと考えているのですが適切な期間があれば。</p>  | <p>更新の内容に拠りますが、ある程度まとまった量を更新するのでしたら月に1回程度必ずと思います。ただし私たちは細かい更新、たとえば数件のFAQの追加・削除、同義語の追加、ゼロ件ヒットの対応などは割と随時行っています。</p>  |
| <p>【事前質問】「キーワード検索」よりもカテゴリ分け等でFAQを探すほうが有用なことがあるかなと思っています。例えば利用する年齢層が高いサービスの場合、どう検索すればよいかかわからないユーザーも一定数いるため。カテゴリ表示にもなにか工夫があれば教えていただきたいです。</p>   | <p>仰る通りカテゴリでのFAQ絞り込みはいいと思います。特にキー入力不得意なユーザーや何を入力していいかわからないユーザーには有効です。ただカテゴリの命名や分類は実のところUXセンスが求められる部分なので別の機会にセミナーしたいと思っています。カテゴリで必ず守るべきなのは、1)たくさん作らない(せいぜい8つ以下)、2)誰でも知っている命名 3)階層を3階層以上しない・・・といったことです。後はPDCAで作ってはやり直しがしやすくしておくことです。</p> |

| ご質問   | 回答・コメント  |
|---|--|
| <p>【事前質問】FAQを作成していると、質問文は2パターンあるけど答えは2つ、だったりカテゴリが基本ともとれるし応用編ともとれる、というようなカテゴリ分けが難しいです。整理のヒントをお聞き出来ればと思います。</p> | <p>質問数：回答数が、N:1はOKです。1:Nは基本的にお勧めしません。つまりFAQはたくさんあるけど結局答えは同じということはあっても全く問題ない。ひとつの質問文で答えが2パターンということは、つまり質問文も2パターン出来る（ユーザーの状況が2パターンある）ということかと思います。</p> <p>またカテゴリの整理のヒントですが、(難しい質問ですが)、ユーザーの立場に立ち、交わらないパターンに分けるのは一つの手です。たとえば、「契約検討」、「契約行為」「利用中のトラブル」、「利用中のトラブル以外」、「解約行為の質問」といったように。なお、各カテゴリは左記のようにユニークなものが望ましいですが、FAQ毎にふたつのカテゴリ配下に属するのはあります。</p> |
| <p>【事前質問】現場が使い続けてくれるFAQにするためのPDCA？</p>  | <p>使い続けてくれるためには、常に新鮮さを保つことです。すこしでもいいからいつも分析やメンテナンスをして「生きてる」感をだすことです。ニワトリタマゴですが、PDCAをつづけるとユーザーが使ってくれる。使ってくれると利用履歴が残り、そこにPDCAのヒントが残る・そして更新してまた使ってもらう・といった具合です。最悪なのはいつみても変わり映えがしない状態です。FAQは永久に完璧にはできません。完璧にできないということはいつも伸びしろがあるということです。つまりいつもなか育てられるということです。</p>  |
| <p>【事前質問】更新頻度などの運用方法（立ち上げ後、新機能追加時以外の改善があまりできていないため）</p>   | <p>更新の目的は様々ありますが、新しい機能を追加した時よりも、FAQを育てるという法が更新のモチベーションは大きいです。更新の目的は様々ありますが、新しい機能を追加した時よりも、FAQをさらに良く育てるという方向の更新のモチベーションは大きいです。そういった意味では毎日誰からが使うFAQなら毎日更新のネタがあります。とくにユーザーが思ったFAQを探せないとか、検索でヒットしないといったことだけでも改善の余地があります。毎日更新とは大変な気がしますが、そのためにもFAQ更新専属で人員リソースを割くべきだと思います。</p>   |
| <p>【事前質問】FAQ全体の質を上げるためのブラッシュアップをどのように行っていくべきか。</p>  | <p>上記通りですが、分析とメンテナンスをとにかく続けることです。毎日でも眺めているとそれだけでFAQを磨き上げるポイントが見えてきます。それはFAQに限らずな何でも同じことです。</p>   |
| <p>【事前質問】FAQの更新、メンテナンスをどうしているか？・質問文作成のコツを知りたいです。</p>  | <p>更新メンテナンスは上記も参考にしてください。質問作成のコツはユーザーに伝えたい回答にたいして一意に示す質問を書く練習をしてみてください。例えば、回答が「あべのハルカス」だとすると、そこに導く質問は「一番高い建物は？」では実は不十分です。「日本で最も背が高いオフィスビルは？」がベターです。不十分な質問では、「建物」はタワーや橋も含まれるし、「高い」は地価やテナント料ともとれるからです。こういったクイズを作るような感じですが、一意な質問文を作る練習にはいいと思います。</p>  |
| <p>【事前質問】FAQのKPIとモニタリング指標を確立したいと思い、皆様の設定方法とその意図を知りたいです。</p>   | <p>KPIはたくさんあります。絶対に知りたいのは、回答開封率＝FAQクリック数/総PVです。またFAQ開封率＝1回以上のクリックサレたFAQ数/全FAQ数 も知りたいです。もちろんクリック頻度トップ1～トップ100のFAQとそれらの全クリックを占める割合などです。そういったKPIを日々眺めて、推移を上げていくことが必要です。</p>   |

| ご質問   | 回答・コメント  |
|---|--|
| <p>[交換したい][返品したい]という接頭辞は、FAQがカテゴリごとに分かれていけば不要、などあるでしょうか</p>   | <p>必要です。カテゴリで分かれているから、不要とおっしゃる運用者がとても多いですが間違っています。理由1：ユーザーはGoogle検索からカテゴリをすっ飛ばしてダイレクトに検索する。理由2：ユーザーは自分が選んだカテゴリを頭に叩き込んでいないことが多い。とくに何階層も辿ると、忘れてしまっている。特にスマホでは、誰でもWebサーフィンをしていて、急にあれ？どこから来たんだっけとなる事あると思います。</p>   |
| <p>「一意に書く」のように書き分けるとFAQが増えて管理が難しくなるように感じました<br/>その対処法はシステムを導入する、というものでしょうか</p>  | <p>FAQが増えたと必ずシステムが必要という訳ではないと思います。FAQが多くなってもHTMLだけの管理で上手にできます。またFAQの書き方を定型化することである程度多くなっても視認性や検索性を良くできます。ただしFAQがあまりにも多くなってくること自体だんだんFAQらしからぬものになってくるので、きちんと利用分析をして見られていないFAQは消すなどした方がいいです。FAQシステムはFAQの量というよりも、問合せの量に合わせて検討するべきかもしれません。問合せ分析やメンテナンス管理はシステムが便利だからです。</p> |
| <p>原因と対処は？<br/><br/>という例が上げられていましたが、Qの文末としてオススメの表現はありますか？</p>   | <p>原因と対処は？という質問自体は2つの回答を誘引しているようなので本来は良い例ではないかも。ただFAQで原因とくれば対処と表した方が良い場合がありますのでサンプルにしました。ほかによくある文末は、手順は？ 手続きは？ 申込先は？ 参考資料は？ 参照サイトは？ 期間は？ 日数は？ 日にちは？ 料金は？ 手数料は？ などなど。無限にあります。守るべきルールは誰が読んでも意味が分かる文末です。</p>  |
| <p>【事前質問】FAQの文章の読みやすさなどを書き手に理解してもらいたいが、協力的でない場合、どうしたらよいか。</p>   | <p>協力的ではない人は、業務命令になら従う人もかもしれないので、ボスに進言してもらおう。ボスがFAQの文の読みやすさについて理解できないようなら、ボスを変えてもらうか賢いボスに相談する。ただそもそも協力的ではない人は（手厳しいですが）書き手にふさわしくありません。協力的ではない人はユーザーにも協力的ではないし、ユーザーの読みやすさに心を砕くことができない人は、味に心が砕けない料理人と同じですから。</p>  |
| <p>弊社では随時オペレーターなどからの依頼でヘルプコンテンツの修正を行っています。その中で回答については、修正が比較的良好に入っていると思うのですが、Q部分について、指摘を入れる依頼は多くありません。<br/><br/>どのようなタイミング、何をきっかけとしてQを育てて行けばいいでしょうか。</p> | <p>FAQの利用者がオペレーターの場合：指摘が多くないのであれば問題ないと思います。<br/>FAQの利用者が一般ユーザー（オペレーターの向こう側の人たち）の場合：オペレーターがQの拙さに気づいてないだけかもしれません。FAQの利用分析を試みたらいかがでしょうか。利用分析については上記もしています。FAQを育てることは極めて文系、アナログな作業ですが、きっかけやメンテナンス判断の目安は理系でデジタルな作業です。利用分析を綿密にして科学的な見地で説得力持ったきっかけで訴えて育て始めてください。</p>          |
| <p>すでに大量にコンテンツがあるFAQサイトの場合、現状でよく使われている15%に絞って残りの85%の記事を整理することから始めたほうがいいのでしょうか。</p>  | <p>はい。FAQの目的が最大ユーザーの最大幸福なら、上位15%ぐらいの数のFAQで85%以上のユーザーがハッピーになれると思います。それらに絞ってFAQの質を育てていくのが良いと思います。のこりのハッピーになれないユーザーもいるのですが、電話やメールで問合せいただいても、最小限にしていくことができ手厚くできます。</p>   |
| <p>【事前質問】FAQの継続更新のコツについて</p>  | <p>理想を言えば、更新に専属の人を設けること、KPIを追いかけられること、育っていく状況を楽しめること、そしてCSが楽になることを感じる事かと思えます。何事でも同じですがまずは始めるそしてやめないことが、継続の力です。</p>   |

| ご質問  | 回答・コメント  |
|--|--|
| <p>【事前質問】最近注目されているコンタクトセンターの呼量削減のためにFAQ充実がどのように貢献するか具体的な事例を教えてください。</p>  | <p>事例というか、そもそもFAQの狙いのひとつはコールセンターの呼量削減です。極端な例で言うとFAQが存在しないサービスにはコールセンターには問い合わせの100%が入ってきます。FAQがあれば、わずかでもユーザーが自己解決するのでコールセンターの呼量の数パーセントでも緩和できます。次にFAQへの導線を太くしたり、FAQを充実させたりすることでますます緩和できるパーセンテージが増えます。なおコールセンターに電話する人の実に約70%は電話する前にFAQやサイトで自己解決を試みているというのは有名な統計値です。つまりFAQが質が悪く充実していないので、この70%の人たちはあらためてコールセンターに電話しなければ行けなかったといえます。つまりFAQを充実していくほど、コールセンターへの流入は減るというロジックが成り立ちます。</p> |
| <p>【Twitter】チャットボット導入するしかないかなあ〜と思ってたけど、まだまだできることあったな。ちゃんと反映するぞ。「あの会社のFAQは良い」って言われるレベルにしたいな〜！！</p>  | <p>まさにあの会社のFAQは良い！という評価。一つのエンブレムできればいいですね。JISマークとかGOODデザインマークのような。私たちもその指標に向かって準備しています。</p>  |
| <p>【Twitter】お客様「つごう」、試着等した「ばあい」、「かならず」親御さま…と、こちらはあえて ひらがな で記載されているのかしら？文面内の漢字／ひらがなの適切な比率は気になります</p>  | <p>いい着眼点ですね。スライドで見せたサンプルはベストではないのですが、敢えて漢字にしたりひらがなにしたりすることで見た目の重さや軽さを調整して、少しで読みやすくする工夫はしています。良くないFAQの例ではそこまで気がつかわれていないことが多いです。これはコピーライトのスキルに近いのですが、何度も書いては、寝かして、推敲を繰り返すうちにだんだん読みやすくなります。こちらも説明しだすと長くなるので別のセミナーでまたお話ししたいです。</p>   |
| <p>【Twitter】なるほどなあ…自分で探したい人からするとここまで分岐させて書いたほうが良いですね。ここまで洗練させるためには、ユースケースを網羅できるスキルも問われそう</p>   | <p>最初からいろんなパターンを想定して、FAQを分岐させていくとおっしゃる通りユースケースを起想するスキルや経験が必要です。ただしあるものから…という発想だと気らくにできます。つまり実際に問い合わせがわりと来たからそのパターンを作ってみた、というような分岐のさせ方です。</p>   |
| <p>【Twitter】既に何百件もあるのが？</p>  | <p>断捨離をお勧めすることが多いです。勇気と断腸の思いがほんの少し伴いますが、やっしまえばすっきりして、また新たな気分でFAQの育成に取り組めます。</p>  |
| <p>【Twitter】問い合わせが来た内容を記載する、KPIを設定し、PDCA改善する。マニュアルでは、新規サービスなどに対して想定問答、説明を書く必要はある。しかし、FAQ=マニュアルでは無い！分析した上で新規サービスに対するFAQを追加するの判断を優先した方が良さそう？</p> | <p>FAQを追加する判断は、あわてず騒がず、問い合わせの見極めからでいいと思います。ただ新サービスとかサービスの変更直後はちょっと大変かもしれませんね。少しでも緩和できるように、たとえば、FAQのテンプレートのようなものを作っておくのはどうでしょうか。<br/>Q： _____商品の_____機能の_____の時_____したら_____になってしまう。_____を知りたい。<br/>といったような。同じパターンのQは多い問合せとして、FAQにしていこう。ひとつのアイデアですが。</p>  |
| <p>【Twitter】良いFAQ書いても見られなかったら悲しいので、多くのユーザーにFAQを見てもらう工夫とか知りたい…</p>  | <p>実はよくある総論段なんですが、FAQサイトへの導線の改善が最大の解決法です。それに加えて、Googleから直接検索されるためにも、質の高いFAQと日々の更新は有効です。それはSEO対策と同じ手法です。</p>  |

| ご質問   | 回答・コメント  |
|---|--|
| <p>【Twitter】FAQのコンテンツの粒度、分割しすぎるとそもそも見つけることができなくなるケースもあるので、ある程度1つの回答に集約したくもなる。むずい。</p>   | <p>お気持ちわかります。FAQコンテンツの粒度を細かくすると、確かにいったんは全体に数が増えて埋もれてしまう不安がありますね。ただコンサル的には細分することをお勧めします。粒度を細かくする場合は意識的にFAQ文にキーワードをちりばめて（メタタグでも良い）FAQシステムや検索エンジンからヒットしやすくしておく必要があります。そしてFAQを細分したら運用でも分析をして、ほとんど見られていないFAQは思い切って間引きします。粒度を細かくしているので分析の数値にも信頼できます。</p>                                   |
| <p>【Twitter】曖昧な質問、サポートへの問い合わせはコミュニケーションで解消していけるけど、FAQでどう吸収するかがいつも悩ましい</p>   | <p>コミュニケーションで解消できるものならFAQで解消できると思います。成文のときの語彙力は必要ですが、コミュニケーションで相手に伝わった言い方やキーワードはFAQにも生かせます。伝わらなかった言葉も、FAQを作る際の参考にします。FAQは堅い文で書かなければいけないという誰が決めたか知らないけど正しいルールがありますが、ゆるめの口語表現も使ってよいと思います。</p>  |
| <p>樋口様の見て来られた中でお手本的なFAQを運営されているサービスなどあれば、お差し支えない範囲でご共有いただけますと幸いです。</p>  | <p>お手本となるFAQ運営は、縁の下の力持ち。外部からは分かりにくいものです。ただ使ってみてわかる場合もあります。例えば先月検索ヒットしなかったFAQが今月はきちんとヒットすることや、以前はわかりにくかったFAQが分かりやすくなっている、あるいはサイトのFAQ数がいつも同じ数ではなく時をまたいで増えたり減ったりしている、など見られるFAQサイトはお手本なFAQサイトと言えます。運営でPDCAを回している証拠だからです。私の立場上どの企業がとかは残念ながらお伝えできませんが、上記のチェックなら誰でもできると思いますので試してみてください。</p> |
| <p>樋口さんが思う良いFAQツールがあれば教えてください。</p>  | <p>こちら私の立場上明言できません。ただしツールをお探ならそのベンダーがどこに主眼を置いているかを見極めるといいでしょう。ベンダーとして主眼を置くべきところは機能が盛りだくさんな事や導入実績や他社比較や価格ではありません。ツールを導入した後の効果にベンダー自身がコミットとまでいなくても伴走してくれるかだと思います。そういった意味でもFAQコンテンツのことについて突っ込んで質問をした場合に明快に答えられるよう勉強しているベンダーかどうかひとつの選定ポイントになります。</p>                                     |
| <p>連投申し訳ございません。動画内の悪い例と良い例のあたりで思ったことなのですが、FAQ記事はカテゴリのタグ付けをするよりQにカテゴリがわかるようなキーワードを入れる方が効果的でしょうか？</p>   | <p>はい。そのようにお勧めします。FAQ運営者はついついカテゴリ分類しているからFAQにはあえて明記しなくてもよい(タグ付け程度でよい)と考えがちです。しかしユーザーはFAQを探すとき自分は何どのカテゴリにいるのかを必ずしも意識していません。あるいは忘れていることもあります。よってFAQのタイトルにはそれが分かるように明記することをお勧めします。そもそもカテゴリを辿ってくるユーザーよりも直接検索でFAQを探すユーザーが多い傾向にあるのでなおさらですね。</p>  |
| <p>FAQサイトで、「WEBマニュアル」もサイト内に掲載しているケースも多いと存じます。<br/>その場合、検索キーワードも「FAQ」以外に「WEBマニュアル」内の本文を含めキーワードを拾うような設定が多い印象ですがマニュアル/FAQを同じサイト内で運用は難しいのでしょうか。<br/>※お客様からよくある質問は「FAQ」に、その他細かな仕様や操作は「WEBマニュアル」をご確認いただくイメージを持っております。</p> | <p>マニュアル/FAQを同じサイト内で運用は難しい、というよりも工数がかかる割にKPIが期待できません。つまり非常に非効率です。※に書かれているように、FAQとWebマニュアルは分けた方が断然効果的です。FAQはコンビニ、そこになければWebマニュアルという百貨店、という棲み分けです。それはサイトでユーザーにも伝えます。そうすると運営でも自ずとFAQは厳選しなければいけないという意識があります。KPIを高めるためには「FAQに無いものもある」・・という割り切りはとても大切です。</p>                               |

| ご質問  | 回答・コメント  |
|--|--|
| <p>FAQがたくさんあるのですが、それをうまくお客様がすぐ探せる状態ではないです。探しやすい・わかりやすいFAQを学びたいです。</p>  | <p>FAQがたくさんあるのは(どのぐらい沢山か分かりませんが..) おそらくユーザーコールリーズン分析ができていないからでしょう。あるはFAQをWebマニュアルのようにしようとしているからでしょうか。</p> <p>探しやすい・FAQを厳選する、検索できるような語彙を増やす。などたくさんあります。</p> <p>わかりやすい・6W1Hをモチーフに文を書く。一問一答にする。などたくさんあります。</p> <p>まずはしっかりコールリーズン分析をして勇気をもってFAQの断捨離をすることをお勧めします。つまり選択と集中をします。私の経験では緻密なコールリーズン分析を行ったうえでFAQの断捨離は80%のFAQを削除して、KPIを上げられた経験があります。</p>   |
| <p>サービス内容の改善が多く、その度にFAQの内容を漏れなく更新することが難しいのですが、管理方法の具体的なレクチャーをいただけると嬉しいです。</p>  | <p>FAQの内容を漏れなく更新..ということはFAQをマニュアルのようにとらえているからだと思えます。FAQはマニュアルではなくユーザーからの問合せです。ユーザーからの問合せがあるものから更新なり追加なりをするのは如何でしょうか。ただし1度切りの問い合わせのためにFAQを追加するのも工数がかかるので、同じ問い合わせがN回以上の場合にFAQに加える、などです。</p> <p>さらにサービスの更新のたびに..更新も多いということは、もとにあるFAQも数多いからだと思えます。こちら問い合わせが少ないFAQはいったん断捨離(削除)しては如何でしょうか。</p>   |
| <p>・FAQ効果測定の仕方。業務系アプリケーションで難易度が高いものは、FAQが必要な時にしか、かつ頻度が低くで見られないため、どんな数値を追いかけるべきか。</p> <p>・事前に1、2、3を設定して初めて4の機能の説明ができるときのFAQの書き方をどうするべきか。細かく作成して、各コンテンツをリンクでつなげるのか？</p> <p>・一つの機能に対し、顧客ごとのデータが異なり、かつ利用シーンが多数考えられる場合に、どのようなコンテンツ作成、構成で網羅性をもたせるか</p> | <p>質問の内容から、Webをマニュアルとして構成して運営・管理されている会社のように思えます。ただマニュアルにはマニュアルの、FAQにはFAQの目的とルールがあるのでまずは、棲み分けをすることをお勧めします。</p> <p>別の質問への回答でも書きましたが、棲み分けができていないと管理工数が非常に大変になり、その割には効果が出ないこととなります。</p> <p>現在FAQのアクセス数がそもそも少ないならまずは、FAQサイトへの導線の強化、他の入り口（電話、メール問合せ、チャットボット）などと併設しないこと、FAQサイトのSEO対策などWeb、マーケット担当者との相談をお勧めします。他の入り口と併設が良くないのは単純にユーザーが迷ってしまうからです。ユーザー心理としてはベストなチョイスをしたいものですが、そのチョイス自体が決定打がなく逡巡したあげくFAQサイトを選ばない傾向が強くなります。</p> <p>FAQの説明自体に、前提1、2、3..があるとなかなかユーザーがっていくものを書くためには労力を要しそうです。そういった場合は、それ専用サイトを作り、FAQからそちらにリンクを一つだけ作る感じでしょうか。ただそういったFAQを必要とするユーザーが多くなければ、マニュアルにまとめてもいいのではと思います。</p> <p>機能ごと、顧客ごとにいくつもの利用パターンがある場合は、各パターン（膨大になるかもしれませんが）パターンごとのFAQにするしかないとおもいます。そうしないと、1つのFAQでいろんなパターンを語る事となり、そんな長大な記事は誰も読まなくなる可能性があるからです。各パターンごとのFAQにした場合は、無論パターンの違いが分かるようなFAQタイトル(質問文)にしておきます。そういった運用において各FAQの利用頻度の差が出てくるのが分かります。頻度によってFAQサイトに残す、残さないをメンテナンスします。</p> |

| ご質問  | 回答・コメント  |
|--|--|
| 改善サイクルを回していきたいがどうすれば良いか？   | <p>改善サイクルが回せない大きな理由としては次のようなことが挙げられますのでその対策をひとつひとつすれば回せるようになります。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ やれるときにやる ⇒定例業務にする(例えば週1回)</li> <li>・ みんなでおののやろう ⇒改善責任者を任命する</li> <li>・ 感覚的におこなっている ⇒ガイドラインを作りルールに基づく</li> <li>・ KPIを追いかけてない ⇒改善のBefore &amp; Afterを定量測定</li> </ul>                                 |
| FAQのKPIについて他社事例を知りたい   | <p>実はKPIを取っていない企業は多い。また何をKPIとして取ればいいのかも知らない企業も多い。他社事例というよりも、お勧めの方法は、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ FAQ運営の目標によってKPIを幾つか定める。</li> <li>・ PDCAを通じてKPIがどのように経化するかを見極める</li> <li>・ KPIが良くなることを運営の楽しみとする。</li> </ul>   |
| 回答がどうしても長くなる場合、どのように対応するか。また、質問文がかなり詳細にした場合、FAQ数がかなり増えるがどう対応するか？ | <p>FAQ(よくある質問)にもかかわらず、回答がどうしても長文になる場合は、いっそのこと専用のサイトを準備してそちらにリンクをすることはひとつの手段です。リンクは強くお勧めするものではないですが、頻繁に来るお問合せなら有効かと思えます。また回答が長くなる場合はユーザーも読めなくなる可能性もあるので、文を推敲して短くするテクニックはあります。⇒箇条書き、である調、小さい挿絵、一問一答 など</p> <p>一問一答にしてFAQの質問文が増えた場合は、運営を通じてどのFAQがより多くクリックされるかを見極めやすくなります。クリック数の少ないものはFAQサイトから削除しても差し支えないと考えます。</p>  |
| 記事数が複数ある場合のFAQの作成方法  | <p>同じ記事が複数ある場合は、一つのFAQにまとめます。</p> <p>一つのFAQの中で場合分けの回答となる場合は「場合」毎にFAQを分割します。</p>  |
| FAQを更新する仕組みができていないことや、FAQを改善するための指標についてユーザの方がFAQを確認いただいていない。     | <p>FAQを更新する仕組みはぜひ準備してください。仕組みとはシステムのことだけではなく更新担当、更新のガイドライン、FAQのリソース管理、分析（Google Analyticでも可）などかと思えます。これはFAQ運営には必須の仕組みとなります。</p> <p>ユーザーがFAQを確認していない(見ていない) ならFAQを改善する指標も取れませんので、FAQサイトへの導線をしっかり作る、FAQより電話番号やメール問合せが目立たないようにする、FAQ自体のSEO大佐策をする、などユーザーからFAQへの誘導にまず工夫をしっかりとってください。それについてはWeb担当者とのご相談になるかと思えますが。</p> |

| ご質問                                       | 回答・コメント   |
|---|---|
| PMF前後のFAQの作り込みの程度、B2BSaaSのFAQ&CSツール選定ポイント | <p>FAQをマニュアルのようにとらえる必要はないです。FAQはマニュアルではなくユーザーからの問合せです。つまりPMF前にはFAQは要らないか、過去の経験に基づいた必要最小限のFAQでよいと思います。PMF後は、ユーザーからの問合せがあるものから更新なり追加なりをするのは如何でしょうか。ひとまずの問合せはFAQとは別にマニュアルで対応することができます。問い合わせに応じてマニュアルからFAQに棚卸しておくイメージです。</p> <p>FAQ&amp;CSツールをお探しならそのベンダーがどこに主眼を置いているかを見極めて選定します。機能が盛りだくさんな事や導入実績や他社比較は重要視しなくて大丈夫です。（どこも似たり寄ったりです）それよりもツールのベンダー自身が導入効果に対して責任を持ってくれることが重要です。例えばFAQコンテンツのことについてこちらから突っ込んで質問をした場合に明快に答えられるよう勉強しているベンダーかどうかひとつの選定ポイントになります。</p> |