

ナレッジアセスメント

サービス企画書

株式会社船井総合研究所

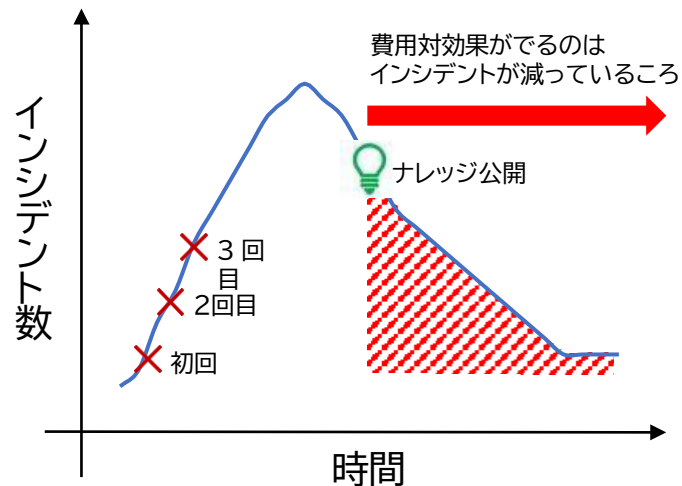
ナレッジマネジメントに投資する組織が増えている背景

- 近年の業務難易度向上およびAI活用の背景からナレッジマネジメントに取り組む組織が増えています
- ナレッジマネジメントはデジタルチャネルの活用含むコスト削減/生産性向上だけではなく、C XやE Xの向上効果もあるため注目されています

コスト効率向上効果

業務難易度の向上によるコスト効率低下

- ・ 業務難易度の向上により解決力の向上がさらに重要になっている
- ・ しかし、解決のためのナレッジ作成に時間がかかればC Xが低くなるだけでなく、ナレッジ作成に関する活動のROIもでない

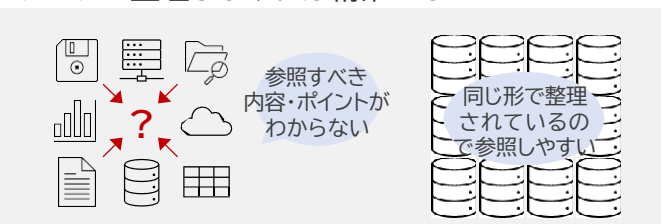


AI活用によるC X向上効果

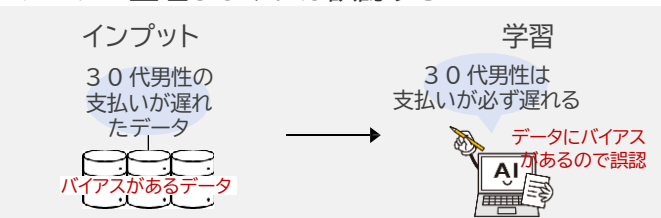
AI活用の精度と効果を高めるため

- ・ AIをC X向上のために活用するにはC X目線でのデータ整理だけでなく、学習しやすいよう「型」をつくる必要がある

データを整理しなければ精確でない



データを整理しなければ誤認する

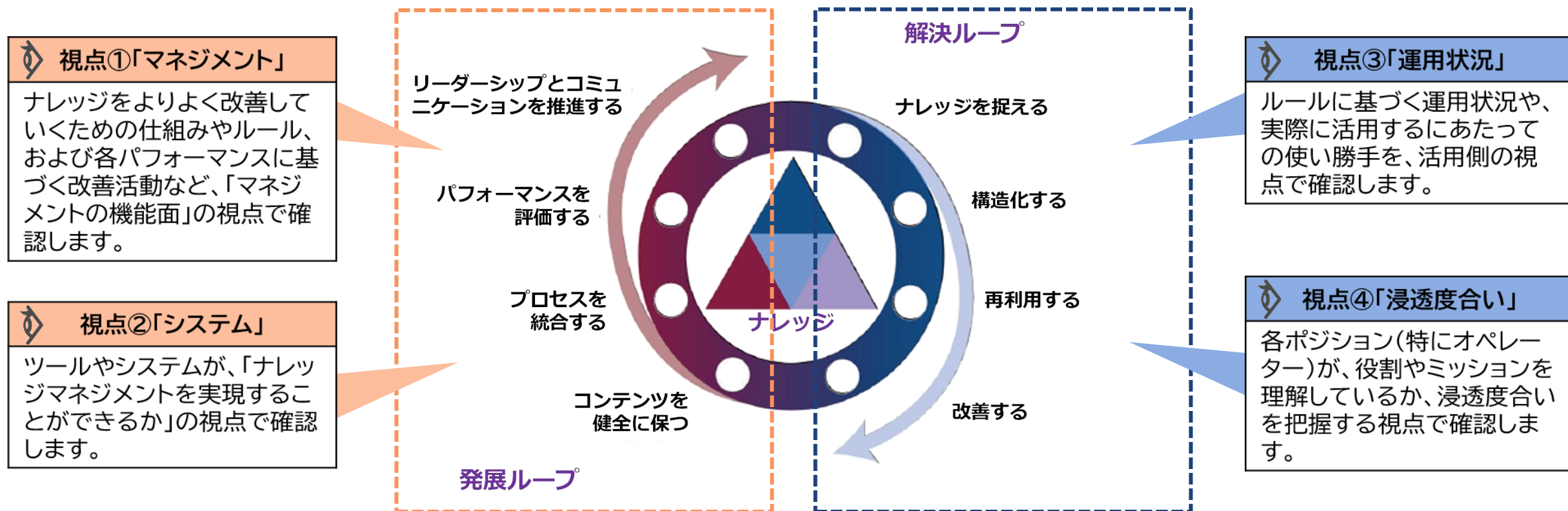


ナレッジマネジメント フレームワークを活用した改善効果

- ・ 早いインシデント解決とケースクローズ
 - ✓ 解決時間の改善 50～60 %
 - ✓ 初回解決率の向上 30～50 %
 - ・ DXの成功
 - ✓ 有人チャネルへのお問い合わせ減 10 %
 - ・ リソース利用率の改善 70 %
 - ✓ 従業員定着率の改善 20～35 %
- ※H社従業員満足度の向上による2部の成果 %

ナレッジマネジメントを推進する基礎となる現状分析

- ナレッジマネジメントの国際標準フレームワークであるKCSをベースに、4つの視点からナレッジマネジメントの現状を把握
- アセスメントを通じて把握した課題をもとに、短期・中長期的な改善の方向性をご報告致します



出典：HDI-Japan KCSダブルループプロセス

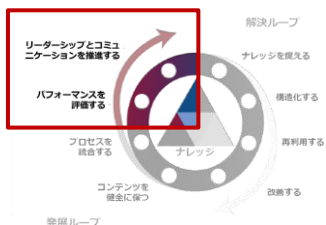
ナレッジマネジメントの現状を分析する視点

KCSダブルループモデルに即した組織と役割に則ったアセスメントを実施

視点	ナレッジマネジメントに必要なタスク
マネジメント	指標設計・測定管理
	プロセス統合（フロー）
	品質／ナレッジサンプリング
	コンテンツ・フィールド定義（構造化）
	KCS導入計画／KCS委員会
	コンテンツ状況
	ライセンスモデル
	ナレッジ作成ルール
	リーダーシップ／コミュニケーション計画
システム	指標設計・測定管理
	プロセス統合（フロー）
	テンプレート コンテンツ・フィールド定義（構造化）
	KCS導入計画／KCS委員会
	コンテンツ状況

視点	ナレッジマネジメントに必要なタスク
運用状況	指標設計・測定管理
	プロセス統合（フロー）
	品質／ナレッジサンプリング
	テンプレート コンテンツ・フィールド定義（構造化）
	KCS導入計画／KCS委員会
	ライセンスモデル
	ナレッジ作成ルール
	現場での活用
浸透度合い	指標設計・測定管理
	プロセス統合（フロー）
	テンプレート コンテンツ・フィールド定義（構造化）
	ナレッジ作成ルール
	リーダーシップ／コミュニケーション計画
	現場での活用

備考:診断からわかることのイメージ



マネジメントの視点で把握できる課題の例

ナレッジを改善するための仕組みやルールに関する視点

評価項目例

指標設計 ・測定管理	有効性を把握するための各種指標を、測定・管理しているか。
	有効性を把握するための各種指標について、目標値を適切に設定しているか。
	先・遅行を含む最低3指標が定義、個々の成果を把握できる状況になっているか。
	ナレッジの活用状況を分析し、よりよくするための改善活動を実施しているか。
品質／ ナレッジ サンプリング	評価項目を定義し、継続的にナレッジサンプリングモニタリングを実施しているか。
	結果に基づき、コーチングを実施しているか。
	結果をAQIとして測定・管理しているか。
ライセンスモデル	役割が定義されているか。
	役割に基づくスキルが定義されているか。
	昇格、および降格基準が定義されているか。
	研修方法が定義されているか。
	検証方法が定義されているか。
	新入社員の研修中に、ナレッジの活用に関する内容を盛り込んでいるか。

発見できる課題の一例

指標設計・測定管理

- ・ システム上でページビュー数などの指標を測定することができない。
- ・ ナレッジに関する指標は、オペレーター層の評価対象にはなっていない。
- ・ ナレッジの作成などに関するスキルやナレッジが各役割ごとに定義されていない。

品質／ナレッジサンプリング

- ・ ナレッジ作成ルールの問題から、現在のナレッジ記載内容と表現について多くの課題が確認されている。
- ・ 顧客視点での表記になっていない(例:リモート口座開設)。ナレッジをそのまま顧客に伝えることができない。
- ・ 曖昧な表現(例:電話確認、支店相談)があるため、資料整理の時間に曖昧さを確認することが必要になる。
- ・ 「* * の場合」という表記があるが、網羅されていないため、それ以外の場合について判断できず、エスカレーションが発生する。
- ・ 表記について「Webを検索し正しい表記を用いる」が暗黙の了解となっている。

ライセンスモデル

- ・ スキル定義に、ナレッジに関する定義がない。
- ・ 研修中を実施していないケースがある(時間がない)。

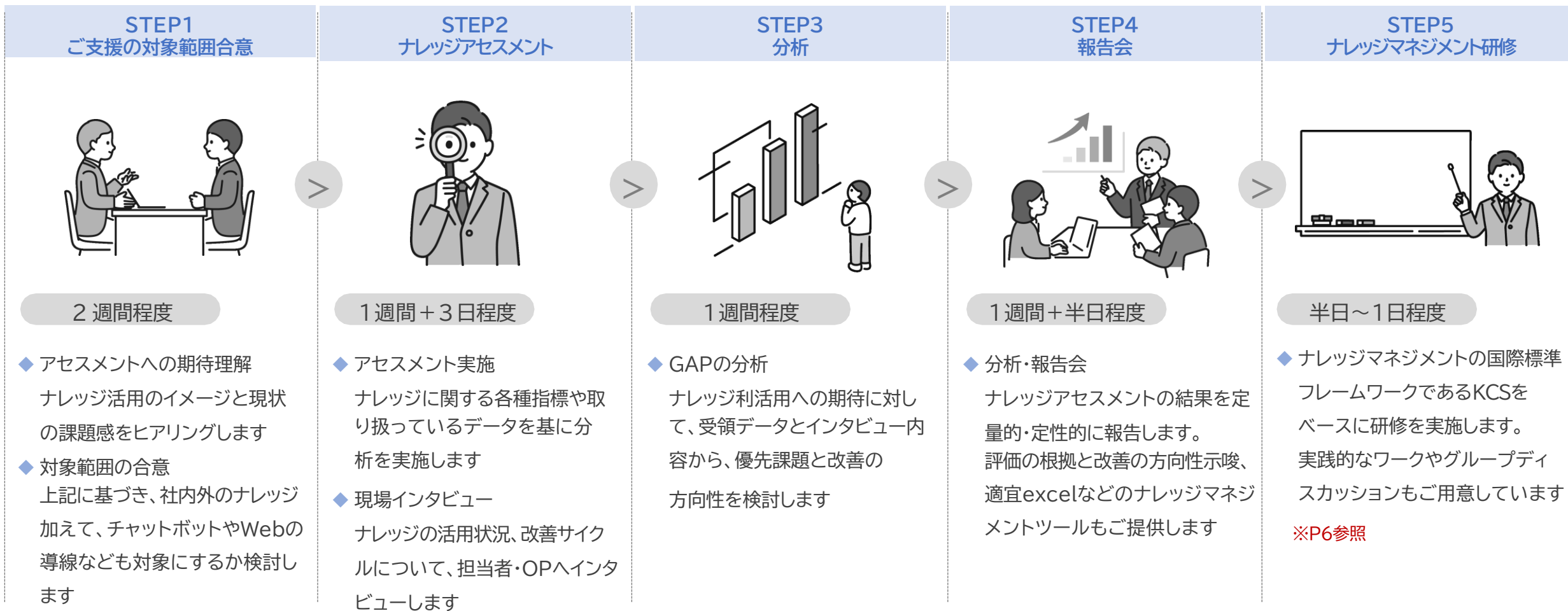
課題に対して、根拠から原因、また改善施策の提案まで実施



お客様の一次解決を促進するナレッジマネジメント推進のご支援

- 機能的価値を高める活動としてセルフサポートの充実・リッチ化は不可欠です
- セルフサポートにおいて、チャットボットやFAQの基となる「ナレッジマネジメント」をご支援します

※ご希望に応じて各ステップは
内容を変更・調整可能です



※P6参照

3

Appendix

- ナレッジマネジメント研修
- ナレッジマネジメントアセスメント事例-大手金融機関

ナレッジマネジメント人材を育成するKCS研修

- HDI 公式のトレーニングプログラム「KCS」を受講・受験可能です。
- グローバルで活用される「KCS(ナレッジセンターサービス)」ナレッジのマネジメント手法・方法論を学びます

研修概要

KCSファウンデーション(KCSF)

ナレッジマネジメントの基礎・概要を学ぶ研修

- ナレッジマネジメントの国際標準手法を理解します。

KCSプリンシプル(KCSP)

基礎・概要+実践的なステップを学ぶ研修

- KCS導入する上で必要となる具体的なテクニックを学びます。

受講対象者

本研修ではナレッジ(FAQ/マニュアル)のマネジメント手法・方法論を学びます。
そのため、下記の方々の受講を推奨します。

【共通】

- ナレッジ・FAQ管理者
- センター長・マネージャー

【KCSF】

- ナレッジマネジメントを体系的に学びたい方
- KCSの導入を検討されている方
- オペレーター育成時間の短縮や一次解決率の向上を実現したい方

【KCSP】

- 組織へのKCS導入を推進していく方
- KCS導入が決まっている組織の管理者層の方
- お客さま向けのFAQ効果や会社貢献を実現したい方

研修内容

- 1章:ナレッジセンターサービスとは何か
- 2章:KCSの原理原則と主要な概念
- 3章:KCSの実践
- 4章:KCSをビジネスと協調する
- 5章:コンテンツを健全に保つ
- 6章:KCSの役割と責任

- 7章:プロセス統合
- 8章:パフォーマンス評価
- 9章:リーダーシップ
- 10章:コミュニケーション
- 11章:テクノロジー
- 12章:KCS導入ロードマップ

※KCSFでは青字の3章を学びます。

研修で学ぶポイント

専門用語ではなく「お客さまの言葉」で作成する

- ナレッジを専用チームが作ると、専門用語で難解なものになりがちです
- すべて「お客さまの言葉」で作成することで、新人でも活用されやすいナレッジになります



お客さまの言葉で作る

新人でもそのまま検索できる

セルフチャネルに転用した際にお客さまにとって利便性が高い

オペレーターのモチベーションを高める

- KCSの仕組みは、オペレーターの業務満足度を高めることができます。

オペレーターは「受け身」から「価値創造・クリエイター」になる

ナレッジが必要とされる経験を補完するためデビュー期間短縮

迅速なナレッジ見直しと全オペレーターへの展開

明確なルールにより後処理の手間が極小化する

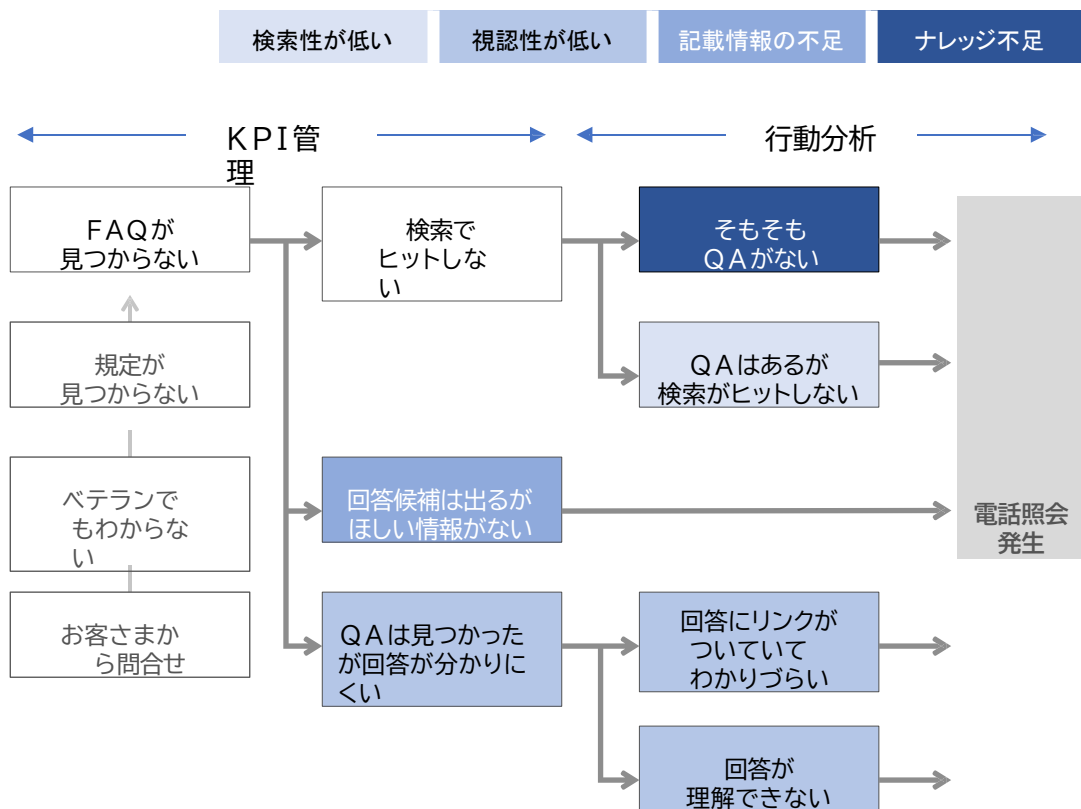
ライセンスモデルとナレッジ評価により「貢献度」が見える化

回答にすぐに使えるナレッジが充実し、一次解決率が向上

ナレッジマネジメントアセスメント事例-大手金融機関

- ナレッジの煩雑化や利便性が低いことは認識しているものの、分析・改善の工数を確保が難しい状況だった
- アセスメントによる課題の抽出と改善の方向性示唆に加え、常駐型の支援にてナレッジマネジメントの土台を構築

アセスメントにより可視化された現状の課題



ナレッジにおける主要KPIの測定とユーザーの行動分析により根本課題を把握

ご支援内容

テーマ

課題と施策

検索性が低い	様々な検索方法・ワードへの対応 文章や類義語で検索することで、0件ヒットに繋がる 類義語登録を実施(例海外⇄外国など) カテゴリ検索の設計がMECEになるよう、再設計
視認性が低い	ナレッジコンテンツの整理/記載情報の統一 回答内容が手順になっておらず、 OPが記載情報を咀嚼してから回答しなければいけない 記載情報がばらついており、求める情報が記載されているか 確認が必要
記載情報の不足	OPがFAQを見ながら 回答が出来るよう、[質問] + [状況] + [回答手順] となるFAQの型を作成。シンプルな形式にすることで、記載漏れを防止
ナレッジ不足	ナレッジの作成 OPが直接応対に使える「形式化されたFAQ」が不足 問い合わせ種別ごとに呼量を測定し、よくある質問を特定 常駐型の支援にて、ナレッジ担当者と協力しながらFAQを作成 (1センター400件~600件程度。平均閲覧数6.1回)

4

事業部概要



コンサルティングサービス

常に世界で生み出される新たなデジタルテクノロジーの普及、CXの変化、消費者の力の強まりやニーズの個別化、オムニチャネル化などにより、重視すべきCXのマネジメント領域も進化を続けています。プロシードは顧客体験(CX)の向上を支援する専門コンサルティングとなります



顧客体験(CX)向上に欠かせない戦略～実行支援まですべてをカバー

CX改善のプロフェッショナルコンサルタント

- 刻々と変化する市場環境・事業環境、新しいテクノロジーの活用状況など、最前線で活躍するコンサルタントだからこそ有効なコンサルティングサービスを提供できると考えます。よって、当社では、研修専門講師や診断専門などの職種を設けず、改善支援を行うコンサルタントが研修講師や診断業務を行うことを必須要件としています

国内およびグローバルに対応した豊富なベンチマーク情報

- 世界レベルで常に生み出される新たなデジタルテクノロジーの普及によるCXの変化や、消費者の力の強まりやニーズの個別化、オムニチャネル化、事業環境などによって、重視されるべきマネジメント領域も変化します。COPC社との強力な連携により、企業にとって有益な国内外のベンチマークを提供することが可能です

第三者機関としての客観性・中立性

- 改善コンサルティングに特化しているため、自社商品やサービスを導入することを目的とした診断を行っていません。「自社のサービス品質や運営はどのような状態か？」に対して明確かつ客観的な視点での診断結果を提供できます。複数の利害関係者で構成される企業間・組織間を横断した診断や改善コンサルティングにも強みを発揮します

コンサルティング体制

プロシード事業部の実施するコンタクトセンターのコンサルティングは、事前調査から改善活動を実施し、その効果を確認するまでの一貫プロセスが特徴です

コンサルティング の運用プロセス	戦略策定	事前調査	分析	改善計画	改善活動(運営)	効果測定 (アセスメント)
		マーケティング会社			人材育成会社	
	経営コンサルティング会社					
				テレマーケティング会社		
	プロシード事業部のコンタクトセンターコンサルティングの範囲					
一般的に 発生する業務	•センター診断 •ミステリーコンタクト •CS、NPS調査 •システム選定		•Well-being •顧客・市場調査	•市場分析 •競合分析 •センター診断 (アセスメント)	•事業計画作成 •個別計画立案 •コスト計画	•個人研修 •SV研修 •管理者向け研修 •モニタリング
プロシード 実施業務	•COPCを利用したベンチマークレビュー •委託先選定、フロー設計など •KPI設計 •マネジメントスキル向上支援			•過去の改善事例を利用した計画作成支援 •マネジメント層への運営およびスキル支援など •マネジメントサポート		•アセスメント •ベンチマークレビュー

主な実績

支援メニュー	業界	企業／支援組織(カスタマーサービス)の特徴	内容
事業計画・戦略検討 コールセンターを戦略的に活用したい	銀行	大手銀行。リテール向けのインバウンド・アウトバウンドを提供する国内3拠点のコールセンター	デジタルシフトによるコスト削減と顧客体験向上を実現するための構想(中期計画)の策定支援
	飲料	大手飲料メーカー。グループ会社の窓口を担うホールディングスのお客様相談室	VoC収集や社内への改善指示、窓口運営の委託先とのKPIなど社内外から価値を認められるためのアクションプラン検討を支援
新規立ち上げ 新規で窓口を設けるので相談にのってほしい	自動車	新規事業会社。自動車のレンタルサービスに関する新規申し込み時の相談や会員からの問合せ窓口	電話システムの選定、業務委託先の選定におけるRFP作成や選定後の人材育成、ルール整備などを支援
	公共	国民全体への郵送等による案内と、各種問合せ、事務手続きの業務	定期的に発生する、コールセンター(督促)と事務センター(パンチ入力)を委託する民間企業を選定するための評価支援
運営管理・改善 運営の課題解決を専門家に手伝ってもらいたい	銀行・カード	大手金融グループ。銀行、クレジットカード、信託などを提供する国内9拠点のコールセンター	グループ内に点在するコールセンターのデジタルシフトを実現するプロジェクトにおいて、KPIやCS調査等の実施設計を支援
	通信	大手通信。通信にかかわる新規申込み、引っ越し等の手続きに関する窓口として、約30拠点に点在するコールセンター	事業目標に貢献する各種活動のレベルを設計し、年1回の定期調査で各センターのレベル判定と改善アドバイスを実施
CXミステリー調査 お客様視点で提供サービスの課題を発見してほしい	ガス	大手ガス会社。引っ越し手続きや、料金相談などについて、Webやコールセンターで対応する機能を持つ	引っ越しや料金相談の対応フローについて、顧客視点で調査を行い、不便な点や競合他社との比較結果をレポート
	旅行	大手のECビジネス。ホテル・旅行の予約サイトおよびカスタマーサポートのセンター	競合4社の違いを、Web構造と問合せ窓口の両面で定量・定性比較し、優先して改善すべき領域をレポート
対応品質評価・改善 自社の顧客対応のレベルを高めたい	保険	大手生保。国内約10拠点で運営させるセンターで申込から相談まで様々な問い合わせを受けるコールセンター	音声データを預かり、定期的に個人評価を行い、レポートを提出する
	カード	大手消費者金融。新規申し込み、利用額変更、延滞督促にかかわる電話、チャット、Webの受付窓口	コンタクトセンターに対応評価専門スタッフが数名常駐し音声評価と管理者へのフィードバックを実施
人材育成・伴走支援 運営スタッフへの教育やアドバイスを依頼したい	印刷	印刷・郵送・デジタルを活用した各種キャンペーンなど、クライアント企業から委託されている200以上の事務局窓口	運営管理者のポジション別研修プログラムを作成し、座学・OJTを年間計画に基づき実施
	ゲーム	大手ゲーム会社から受託しているストリーミングサービスの問合せ窓口	受託運営を行ううえで、管理者がコールセンターマネジメント知識を有しないため、そのトレーニングを実施

支援先名の例： 三井住友銀行、三井住友カード、SMBC日興証券、SMBC信託銀行、SMBCコンシューマーファイナンス、三井住友トラストグループ、みずほ銀行、みずほ証券、アフラック、かんぽ生命、大日本印刷、アコム、麒麟ホールディングス、楽天グループ、NTT東日本、NTTドコモビジネス、トランス・コスモス、アルティウスリンク、日本自動車連盟、日立システムズ、ネットワンシステムズ、コニカミノルタ、JALカード、オリエントコーポレーションなど

経営に課題を感じている

コンサルティング内容や
依頼方法が知りたい

専門家から事業に関する
アドバイスが欲しい

これらの相談を

無料

で承ります

※WEB、お電話をお選びいただけます

WEB でのお問い合わせ・ご相談

下記ボタンをクリックしてサイトへアクセスください。

無料 経営相談に申し込む

検索からも上記ページへアクセスいただけます。

船井総研 経営相談 検索

URLはこちら <https://www.funaisoken.co.jp/form/consulting>



お電話 でのお問い合わせ・ご相談

下記のフリーダイヤルからご連絡ください。

0120-958-270

[受付時間]

平日 9時45分～17時30分(土日祝、年末年始を除く)

株式会社船井総合研究所について

中堅・中小企業を対象に専門コンサルタントを擁する日本最大級の経営コンサルティング会社。

業種・テーマ別に「月次支援」「経営研究会」を両輪で実施する独自の支援スタイルをとり、「成長実行支援」「採用・人的資本経営支援」「企業価値向上支援」「DX（デジタルトランスフォーメーション）支援」を通じて、社会的価値の高いサステナブルグロースカンパニーを多く創造することを目指している。その現場に密着し、経営者に寄り添った実践的コンサルティング活動は様々な業種・業界経営者から高い評価を得ている。

-
- 本資料に掲載のセミナーはすでに終了している場合があります。内容にご興味がある際は、別途お問い合わせください。
 - 本資料の無断転載・複製・頒布・改変・公衆送信を禁じます。
 - 本資料は情報提供を目的としており、本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。
 - 本資料内に記載された情報は作成時点で入手できる情報に基づいたものではありませんが、本資料の正確性、有用性、完全性、目的への適合性を保証するものではなく、当社は、本資料または本資料に記載された情報に起因して生じたあらゆる結果、損害、損失について一切の責任を負いません。
 - 本資料の内容は将来予告なく変更し、または撤回されることがあります。
 - 本資料には、生成AIにより生成した情報やPIXTAより提供された画像が含まれている場合があります。

