

ナレッジのサプライチェーンを構築する

# 「超サービスデスク」 ってなに？



# 目次

## 1. カスタマーサポート部門の課題

- 1-1: お客様ごと・商品ごとの属人化
- 1-2: サポート商品の複雑化
- 1-3: 商品のサービス化（モノからコトへ）

## 2. 超サービスデスクという考え方

## 3. 超サービスデスクのアプローチ

- ポイント1: ナレッジのサプライチェーン構築
- ポイント2: カスタマーサポートからカスタマーサクセスへ
- ポイント3: アジャイルな組織への変革

## 4. 超サービスデスクを実現する SolutionDesk

## 5. 利用シーン

- シーン1: BtoB製造業 カスタマーサポート
- シーン2: 全社を挙げたお客様起点の業務改革

# 1. カスタマーサポート部門の課題

## 1-1: お客様ごと・商品ごとの属人化

カスタマーサポートの業務でよく聞く課題、まず1つ目は「**お客様ごと・商品ごとの属人化**」です。これは、法人向け取引商品やサービス、特に製造機械などに顕著に発生します。

製造業向け設備は、お客様の商品に合わせて細かなカスタマイズを行う「一品一様」の産業機械が多く、おのずとサポート対象は増えていきます。

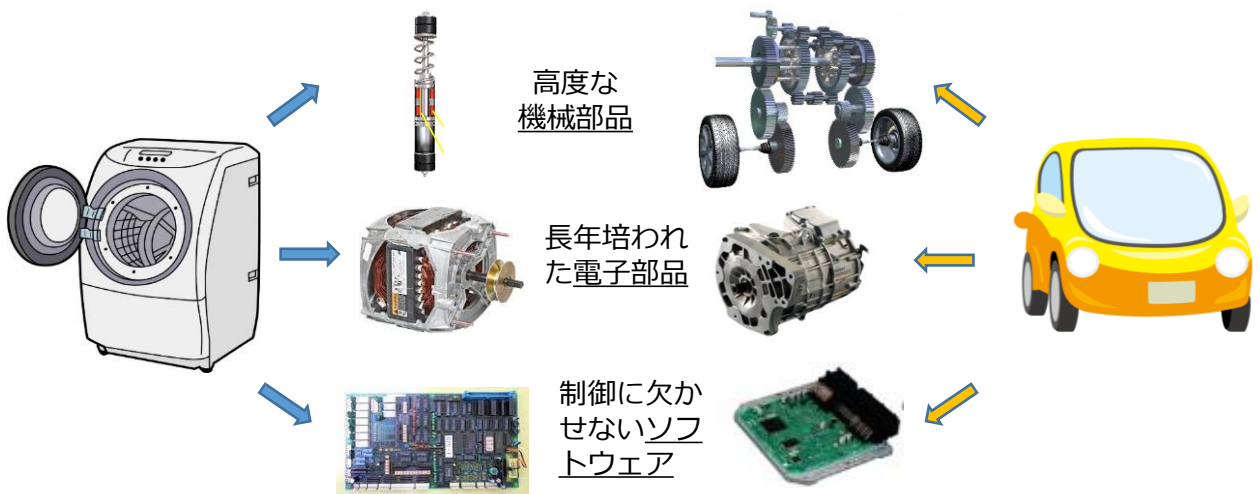
するとサポート対応には、多様な知識が必要になり、結果としてベテランに負担が偏っていきます。そこに担当者の異動や退職があれば、対応できる人がいなくなってしまう、そんな事態も起こりえます。



## 1-2: サポート商品の複雑化

2つ目は、サポート商品の複雑化です。複雑化の理由としては、モジュール設計やコンポーネント利用の促進があげられます。

家電、例えば洗濯機ひとつをとっても、高度な機械部品、長年培われた電子部品、制御に欠かせないソフトウェアなど、さまざまな部品によってなっています。また自動車業界は、電気自動車の普及で、コンポーネント化・モジュール化によるブラックボックス化も進み、より分業化・複雑化が進んでいます。



製品にセンサーを内蔵したり、クラウドにつながるIoTの推進も進んでいます。これにより、製造業もサービス化されるなど、さらなる発展が見込まれます。このように、商品の複雑化が進むことで、カスタマーサポート業務は、これまで以上に多様な知識を総動員して対応する必要性が出てきています。

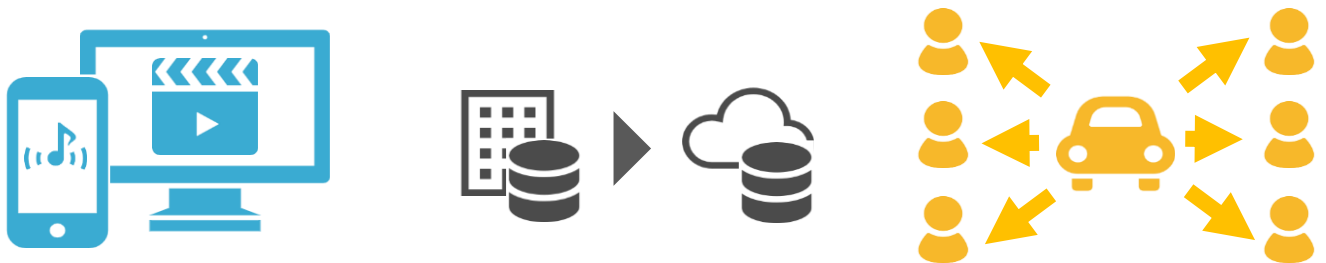
## 1-3: 商品のサービス化（モノからコトへ）

そして3つ目の課題は「商品のサービス化」です。

世の中は商品売り切りのスタイルから、サービス提供やサブスクリプション型へとシフトしています。

音楽・映像業界は、販売・レンタルからストリーミング配信へ。ビジネスアプリも、サーバー導入からSaaS利用へ。自動車も、買うのではなくカーシェアの時代へ。言われて久しいですが、現代はモノからコトへとビジネス情勢が変化しています。

製造業も同様に、製品の導入のその先にあるお客様の成功体験を提供し続けることが、長く継続できるビジネスの必須要件となるでしょう。



売り切りのスタイルからサブスクリプション型へ

## 2. 「超サービスデスク」という考え方

このような課題に対して有効なのが「超サービスデスク」という考え方です。

部門・組織の壁を越え、関係部門が一丸となって知識を集め、お客様起点の問題解決に取り組み、その先にあるカスタマーサクセスを目指す。これが、“サービスデスクを超えた” サービスデスク、「超サービスデスク」です。

ここからは、カスタマーサポート部門の課題に対する「超サービスデスク」のアプローチをご紹介します。

### 「超サービスデスク」のアプローチ

- ◆ ナレッジのサプライチェーン構築
- ◆ カスタマーサポートからカスタマーサクセスへ
- ◆ アジャイルな組織への変革

# 3. 超サービスデスクのアプローチ

## ポイント1 ナレッジのサプライチェーン構築

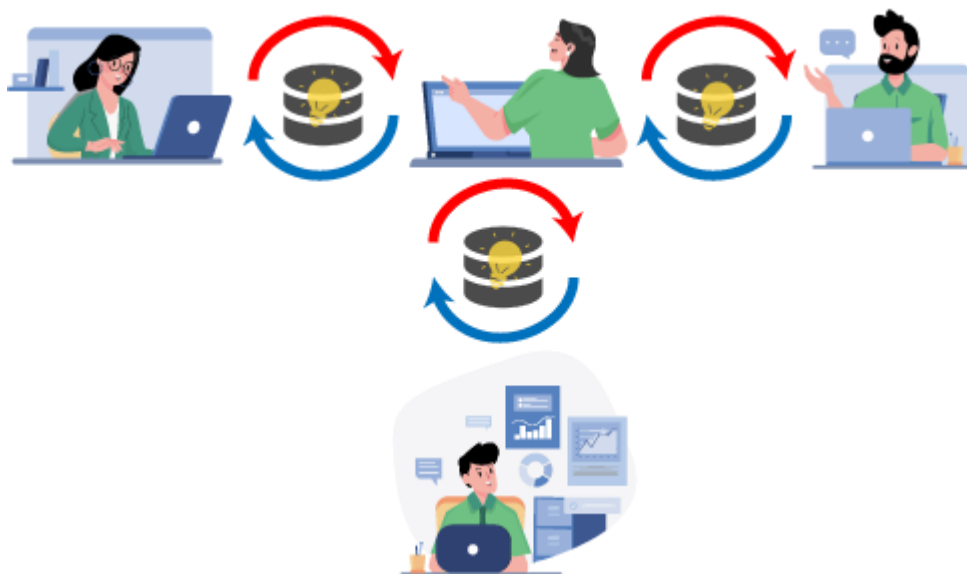
1つ目のポイントは「ナレッジのサプライチェーン」を構築し、**全社全部門をサービスデスク化**することです。

サポート対象商品の多品種化、専門化、複雑化が進む中、お客様対応部門だけで問合せ対応を完結させることは難しくなっています。そこで求められるのが、**関連する全社全部門をサービスデスク化し、関連する全部門のナレッジを活用して問題解決する**、という考え方です。

ナレッジは、企業の血流のように、業務の現場に役立つ情報を届ける「**動脈**」と現場からの問合せなどフィードバックをもたらす「**静脈**」を循環させることでその鮮度と正確さが保たれます。

ナレッジの循環は社内の関連部門はもちろん、お客様や協力会社とも共有することが重要です。このナレッジによる協力関係＝「ナレッジサプライチェーン」の構築で、常に最新のナレッジを活用し業務品質を向上させる仕組みができ上がります。

## 全社全部門をサービスデスク化



- ✓ シームレスなエスカレーションで迅速な問合せ対応を実現
- ✓ ナレッジの「動脈」と「静脈」を循環させる  
ナレッジサプライチェーンを構築



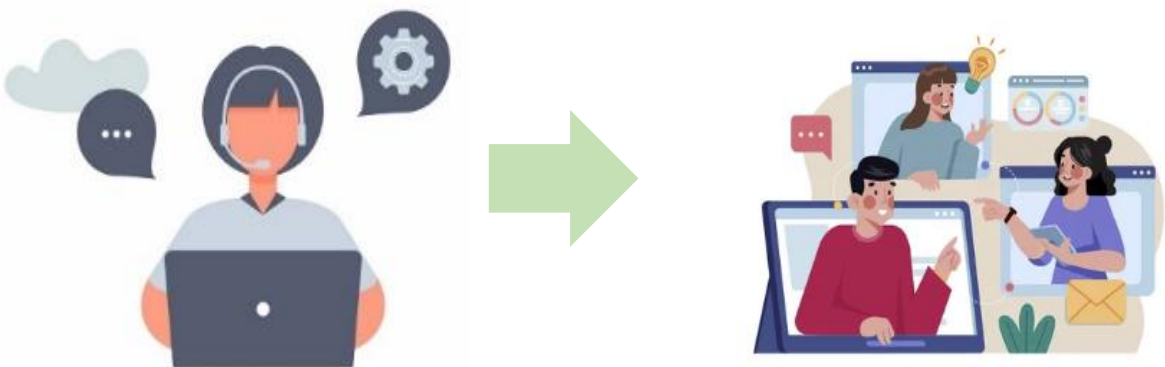
# 3. 超サービスデスクのアプローチ

## ポイント2 カスタマーサポートからカスタマーサクセスへ

カスタマーサクセスとは、言葉の通り「お客様の成功」という意味です。カスタマーサポートの目的が「お客様からの問合せに迅速に対応を行い、お客様満足度を上げること」であるのに対し、カスタマーサクセスの目的は「お客様に成功体験を提供し、ビジネスの継続/拡大を実現すること」と言えるでしょう。

多様化する顧客ニーズやITの普及による、サポート対象商品の多品種化・専門化・複雑化など、もはや お客様対応部門だけで問合せ対応を完結させることは困難になってきた今、カスタマーサクセスもまた、ある一部門だけが取り組めばよい課題ではありません。

直接的なお客様窓口だけでなく、社内的に他部門を支えるすべての部門においても、対社内カスタマーとして「サポート」でなく「サクセス」の観点で取り組むことがお客様起点の業務変革を促進させます。



- ✓ 「お客様起点」の業務改革を推進
- ✓ 能動的かつ継続的な働きかけでお客様満足度を向上

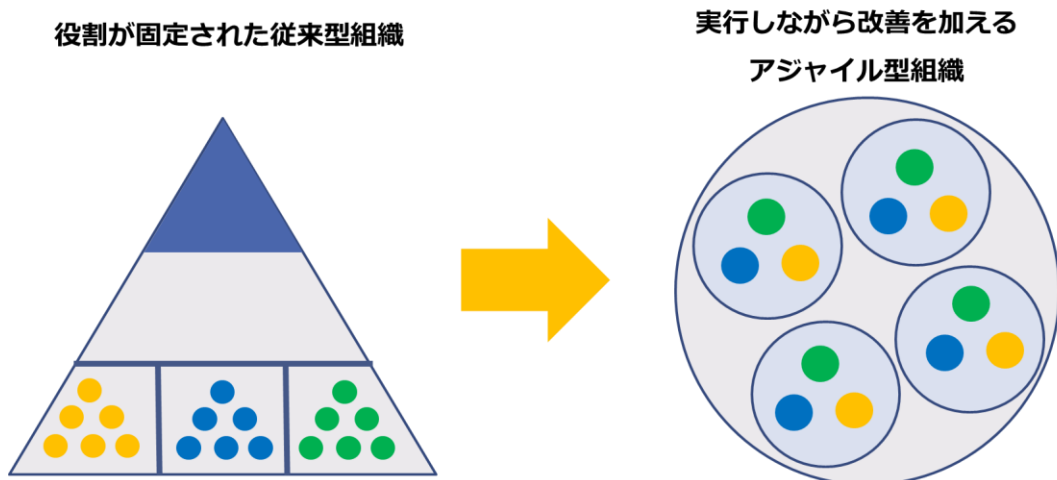
# 3. 超サービスデスクのアプローチ

## ポイント3 アジャイルな組織への変革

いわゆるピラミッド型の従来型組織は、確立した業務の流れを大量にこなすには最適なやり方でした。しかし、組織の役割が固定的であることから、属人化の問題やテクノロジーの進化に伴う新たな課題への対応が難しくなっています。

アジャイル組織とは、柔軟性や機敏性を重視した組織構造を指します。計画重視の従来型とは異なり、実行しながら改善を加えていく点が特長です。改善を繰り返すことが前提となるため、意思決定のスピードも速くなり、組織の対応力向上につながります。

アジャイルな組織への変革がもたらすのは、その組織ならではの強みを維持しつつも、社会や市場の変化に柔軟に対応できる力です。



✓ 改善の繰り返し→ナレッジ化で変化に柔軟に対応できる組織へ

## 4. 超サービスデスクを実現する SolutionDesk

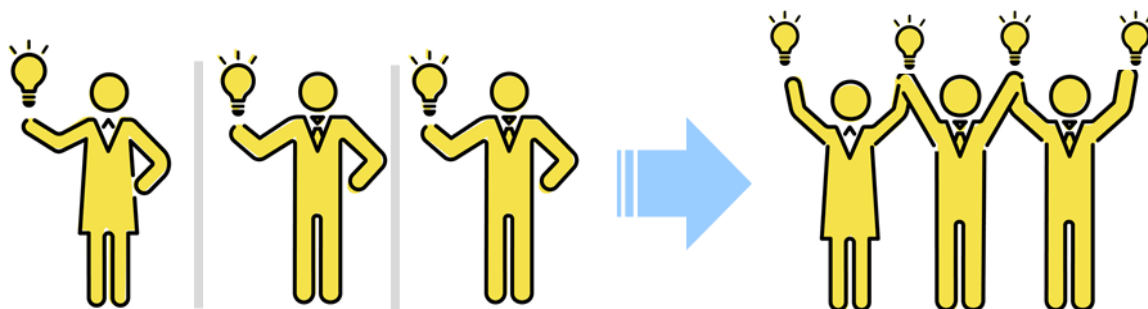
この『超サービスデスク』を実現するのが、SolutionDeskです。

SolutionDeskは「超サービスデスク」のアプローチ：3つのポイントを実践する業務システムとして、ナレッジ活用ノウハウを投入したITプラットフォームです。

「部門間に壁がある」、「問合せ窓口が明確化されていないため誰に聞けばよいか分からない」、「ベテラン社員に直接問い合わせが集まってしまい、業務負荷の偏りがある」…という課題。

「部門間、組織間の壁を超える」というと大がかりな取り組みが必要のように感じますが、部門・組織に一つ窓口が明確に設置されるだけで、これらの課題は解決できるのです。

**部門間の壁を越えるのではなく  
「窓」を付けて  
シームレスな連携を実現！**



SolutionDeskは、チャットによるコミュニケーション、エスカレーション、チケット管理、ナレッジの創出&活用、AI機能をシームレスに連動させることで「超サービスデスク」を実現します。

SolutionDesk単体でお客様対応を行うことはもちろん、従来型のCRMシステムとの併用で、電話で受けた案件をSolutionDeskに引き継ぐような運用も推奨しています。

ここでは、2つの利用シーン

- ・B2B製造業のカスタマーサポート
- ・全社を挙げたお客様起点の業務改革 をご紹介します。



The screenshot displays the SolutionDesk interface with several overlapping windows. On the left, a 'Customer Support Overview' window shows a list of tickets with details like '立替精算処理について教えてください。' and '見積書のフォーマットはどこにあります...'. The central window shows 'Customer Support Details' for a ticket about '休暇取得の申請方法を教えてください。', including fields for 'Baseプロジェクト', 'General-A (Desk:ON Public:OFF)', and '山田 太郎'. On the right, a 'Customer Support Chat' window shows a chat conversation with a message: '上長へご確認の上、下記の手順で申請を行ってください。' and a timestamp of '2022年08月19日 13:31'. A blue text overlay on the left reads '社内全部門・取引先への窓口設置で相互問合せを実現' (Realizing mutual inquiries through window settings for all internal departments and customers). Another blue text overlay on the right reads 'チケットとチャットが紐づいた案件管理' (Case management with tickets and chat linked).

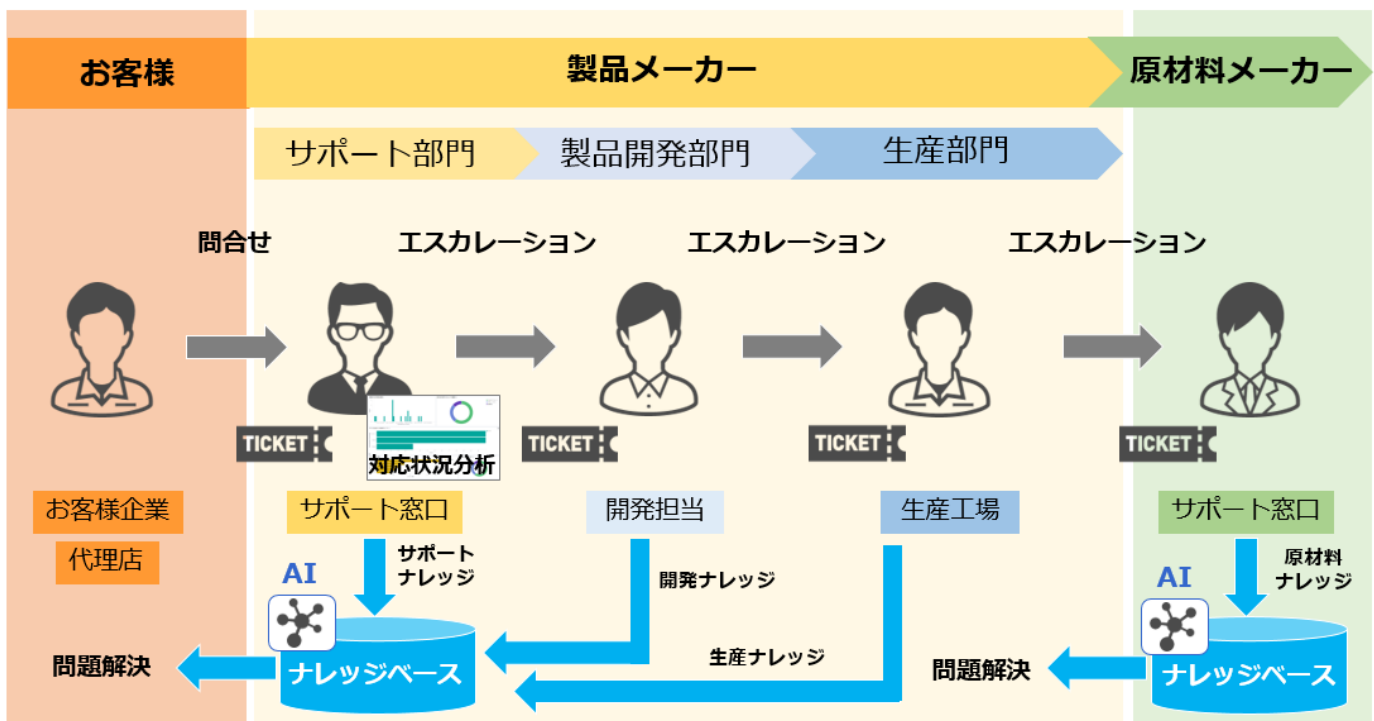
# 5. 利用シーン

## シーン1 BtoB製造業 カスタマーサポート

まずはB2B製造業のカスタマーサポートでの利用シーンです。

製造業では近年、様々な分野の技術を組み合わせた高度な製品づくりが求められているため、問題が複雑化し、問合せを受けても自部門内では解決しきれないというケースが多くあります。

そこで求められるのが、全社全部門への窓口設置によるシームレスな部門連携です。下図は一般的なサポート連携の流れを示しています。お客様からの問合せをサポート部門が受け付け、お客様の導入製品や、過去のサポート履歴を検索して問合せに対応し、解決できない問合せは開発・生産など他部門にエスカレーションして問題解決を行うという流れです。



他部門へのエスカレーションが発生する場合は、対応履歴や情報管理が煩雑になりがちで、それらをいかに整理していくかが重要となります。

SolutionDeskでは、このエスカレーションにおいて、部門間の柔軟なつながりと情報の連携を実現することができます。

関連する対応履歴を単一のチャット画面に重ねて表示できるため、時系列順にすべてのやり取りを把握することができ、また分析機能で対応状況を見える化することで、迅速なパフォーマンス改善が可能となります。

さらに、全社でナレッジを共有することで、サポート部門は過去のサポート履歴に加え、製品開発部門が持つ開発ナレッジ、生産部門が持つ生産ナレッジ、社外の原料メーカーが持つ原材料ナレッジなど、あらゆる情報を活用して、問題解決を行えます。

中には専門性の高い情報も多く含まれますが、AI機能を活用することで、技術面で習熟していなくても、技術文書から効率的に回答を作成することも可能になり、問題解決力の向上につながります。

# 5. 利用シーン

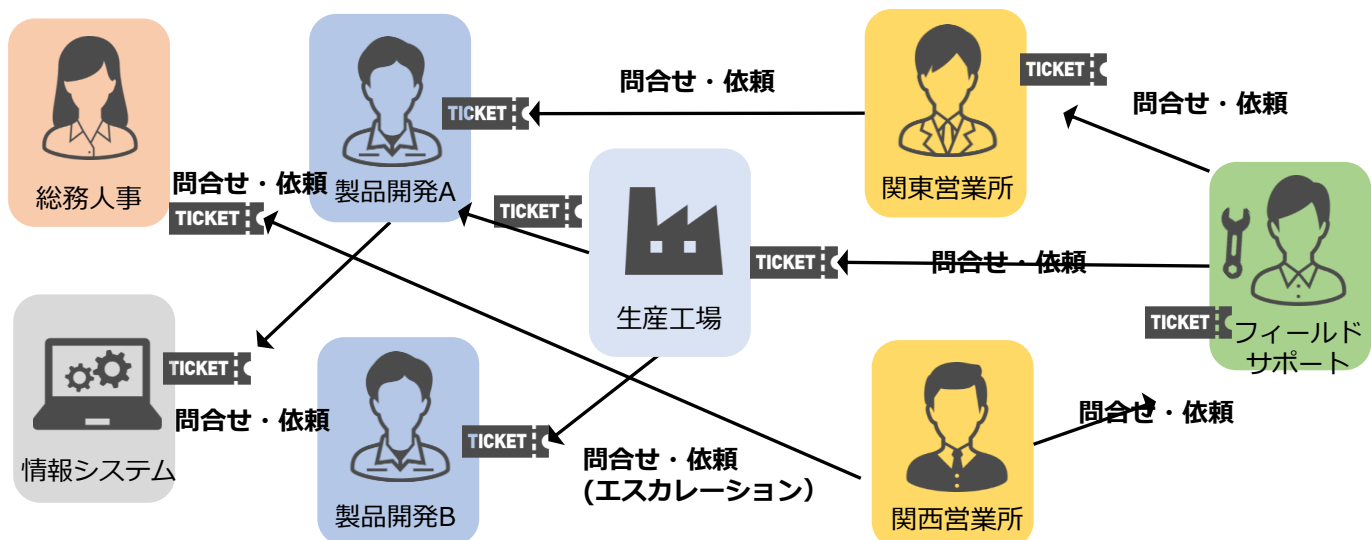
## シーン2

## 全社を挙げたお客様起点の業務改革

サポート対象商品の多品種化、専門化、複雑化といった課題に対し、超サービスデスクのアプローチでご紹介した「全社全部門のサービスデスク化」はとても有効です。

SolutionDeskでは、社内の全部門を簡単に「ヘルプデスク化」することができます。各部門にSolutionDeskの窓口を設け、部門間でチケットを発行しあうことで社内の誰もが問合せと回答をすることができます。

人脈の有無に関わらない協働体制を築き、全社を挙げて課題解決に必要な相談・協力を相互に依頼し、迅速な課題解決が可能になります。



- ✓ 従来、情報システム部門や人事部門が設置する「社内ヘルプデスク」を全社全部門に設置
- ✓ すべての部門が、他部門を支える“サクセス”の観点でお客様起点の業務変革を促進

## 今後の進め方を相談したい

### お気軽にご相談ください

電話、メール、オンライン会議など  
ご希望の方法でご説明いたします。

デモを見たい  
導入コストを知りたい  
運用方法を知りたい… 等々  
お気軽にご相談ください！

## 自分のペースで検討したい

### 各種セミナー開催

事例やデモをご紹介するオンラインセミナー、実際にSolutionDeskを体験いただくワークショップなど、各種セミナーを開催しています。



### デモ動画公開

SolutionDeskによる問題解決の流れを、  
ご覧いただけるデモ動画を公開しています。







## アクセラテクノロジー株式会社

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-19-19 恵比寿ビジネスタワー13F

TEL : 03-5793-5411 E-mail : [marketing@accelatech.com](mailto:marketing@accelatech.com)

<https://www.accelatech.com/>

掲載されている会社名、製品名、サービス名、ロゴマークなどは、該当する企業もしくは組織の商標または登録商標です。