

OKBizで

## コスト削減!

社外に依頼しないとFAQコンテンツを作成できず、役に立ちそうなコンテンツでもタイミングよく公開できなかった。

導入後

- FAQツールを導入することにより、FAQコンテンツをタイムリーにアップできるようになった結果、**受電数が月間5%削減、メールによる問合せ数40%削減を達成。**
- FAQの閲覧状況、検索キーワードの状況を数値化できるようになった結果、**サイトの見せ方や戦略を見直す「気付き」を得られるようになった。**

## 出光クレジット様の場合



出光クレジット株式会社  
カード事業部

玉井 様

お客様DATA

出光クレジット株式会社は出光興産という石油元売系唯一のカード会社として設立。

2004年に年会費永久無料の「出光カードまいどプラス」の発行を開始。出光系列のサービスステーション約4,300箇所（2010年3月末時点）というリアルな顧客との接点を活かした結果、このカードは僅か6年間で会員数210万件を突破。カード事業部では、カードの利用促進をミッションとし、会員告知ツールとしてウェブサイト全般の更新・運用管理を行っている。

出光クレジット様は「出光カードまいどプラス」のサポートサイトに、FAQ作成管理ツール「OKBiz」を導入。現在、一般向けのFAQサイト公開に活用しています。今回、導入・運用に携わったカード事業部の玉井氏にお話をお伺いしました。

## 導入課題

## スピーディなコンテンツの更新が必要だった

Q.導入前の経緯について教えてください。

A.ウェブサイトは全て出光興産のサーバーで管理しているため、コンテンツの更新にとても手間がかかっていました。原稿を書いて、関係部署に確認してもらい、出光興産の情報システム部へアップをお願いして、確認。修正があったらやり直し、というプロセスを経なければなりません。なんとか、自分たちが直接、ウェブサイトのコンテンツを作成して更新する仕組みができないかと考えていました。また、当時のウェブサイトには、FAQはあったのですが、同一ページに並べられていたため、具体的にどのFAQがどれだけ閲覧されているかのデータを取得する仕組みがありませんでした。**お客様の役にたつ情報をQ&Aという形式でウェブサイト上に公開し、それで電話による問合せが減るのなら、コスト削減につながる可能性があります。やってみる価値があると思いました。**

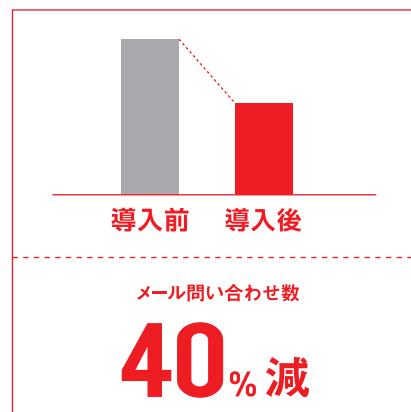
Q.導入の決め手について教えてください。

A.自分達でコンテンツを更新する経験がな

かったのですから、導入した後に使いこなせないのではないかという不安がありました。**ITベンダーでよくあることですが、「導入後は何のフォローもなし」という状態は避けなかったのです。**しかし、オウケイウェイヴさんから、FAQカレッジでのトレーニングメニューをはじめとするアフターフォローを手厚くしていただける約束があったおかげで「OKBiz」導入に踏み切ることができました。

Q.導入後、どのような効果・変化があったか教えてください。

A.会員サービスデスクで受ける電話の問合せ件数は、前年対比で月間約5%減少しました。**わずか5%とはいえ、会員サービスでの電話の問い合わせ数は、月間数万件ですので、その絶対数は大きいものでした。メールによる問合せ数は200~300件でしたが、これも約40%減りました。**FAQサイト導入当初は、問合せ数減少の効果は、明確には見えませんでした。このため、効果が出ているかどうかを検証するために、具体的に特定の 카테고리を絞ってFAQへのアクセス数とお問い合わせの電話数の関連を追跡調査したり、お問い合わせメールのフォームにFAQへのリンクを設置して、設置前後での問合せメール数を比較したりしました。



これらの検証を行うことで、マクロ的視点では見えていなかったFAQ導入の効果が見えてきましたので、継続してサイト改善の取り組みを行いました。その後半年程経過した頃、ついに電話による問合せ件数が前年割れたときに、初めて全体的な導入効果を実感しました。

副次的な効果として、**FAQ毎のアクセス数値や検索キーワード等を追いかけることによって、会員の動きや関心をデータ化して把握できるようになりました。**アクセス状況やお客様の入力する検索キーワードのデータはいろいろな「気付き」を与えてくれます。サイトの見せ方や戦略を大きく見直すきっかけになっています。