



顧客目線でFAQサイトの デザインを刷新！ 検索利用率は3倍に

ポケットカード株式会社は、全国に約500万人の会員数を持つクレジットカード会社だ。同社は2013年にFAQ作成管理ツール「OKBIZ. for FAQ」を導入し、入電数の大幅な削減に成功。その後2016年12月にFAQを大幅にリニューアルするなど、更なる使い勝手の向上を目的とした取り組みを続けている。同社 お客様センター マネージャー 下野 雅美氏に話を聞いた。



お客様センター
マネージャー

下野 雅美 氏

FAQシステムの導入によって、 自己解決率の向上と入電数の削減、お客様満足度の向上を実現したかった。

ポケットカードの事業概要を教えてください。

流通業のお客様を中心としたクレジットカードの発行会社で、ファミリーマート様、TSUTAYA様など、多くの提携先様のカードを発行しております。

お客様センターの役割を教えてください。

お客様からお電話でお問い合わせいただいた場合に、素早くご回答することが役割です。お電話いただいたお客様には、関連商品をお勧めするクロスセ

ルも行っています。また、FAQを利用して、お客様がHP上で自己解決を図ることの出来る様、対応しています。

OKBIZ.を導入された理由を教えてください。

OKBIZ.を使い出したのは2013年です。それ以前は他社のFAQシステムを利用して社内FAQを作っていたのですが、メンテナンスが全くできておらず、PV数も少ない状態でした。システムを刷新することで、PV数や自己解決率の向上、それに伴う入電数の削減、お客様満足度

の向上などを実現したいと考えました。

導入の際には、他社製品との比較検討はされましたか。

はい。OKBIZ.を評価したのは価格面、導入実績の豊富さ、使い勝手の良さなどですね。カスタマイズもしやすいと感じました。営業の方の熱さが伝わったのも嬉しく思いました。以前に使っていた製品は、営業の方との連携不足からメンテナンスがうまくいかなかったという反省がありました。オウケイウェイヴの営業の方とお話して不安がなくなりました。

FAQサイトのマネジメントについて教えてください。どのようにして探しやすいFAQを実現していらっしゃいますか。

0件ヒットの内容は毎日確認していて、ヒットしなかった検索ワードは日々追加するようにしています。アンケートでお客様からご意見をいただいたものについてFAQを追加することもあります。キャンペーンの際などは、事前に営業と連携してFAQの文面を作ってもらい、それを掲載しています。

そういったFAQサイトの運用、FAQの作成などを担当されている方は何人いらっしゃいますか。

FAQに携わっている社員は6人で、お客様センターに在籍しています。FAQに関する業務と兼任で、お客様の入電に基づいた処理を他部署に依頼したり、他部署からのFAQ作成の依頼を受けるなどの業務をしています。

FAQ作成時のルールを教えてください。

社内向けのFAQは、担当者が作成し、お客様センターの役職者が内容を確認して公開します。社外向けのFAQは部長の決裁を経て公開しています。

OKBIZ.導入後、FAQのPV数が10倍に。入電数は15%以上削減。

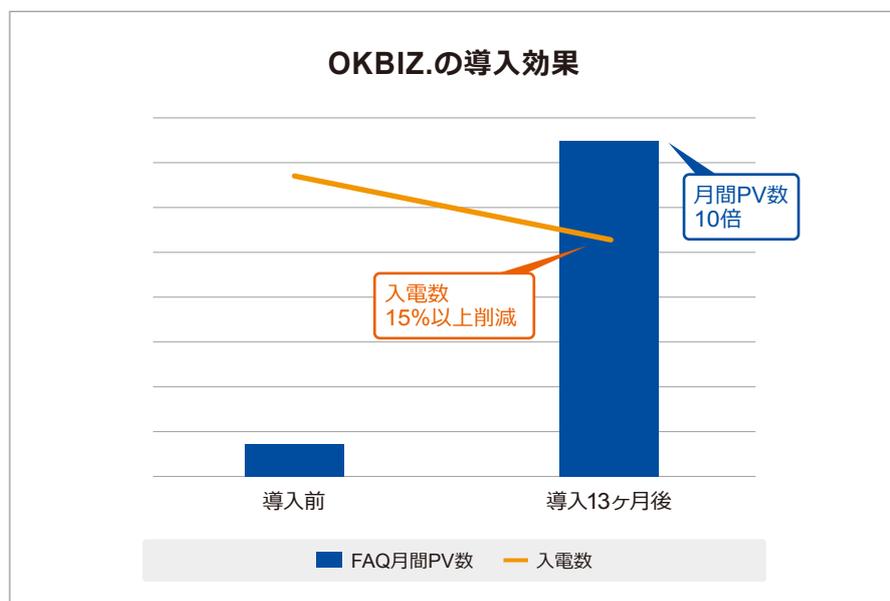
2013年のOKBIZ.の導入後、どのような効果が上がりましたか。

FAQのPV数が大幅に増加し、入電数が削減できました。PV数については、2013年6月の導入前は月間1.5万件程度だったのが、導入後13ヶ月で15万件程の約10倍まで伸びています。

また、年間の入電数は、その他の入電削減施策との相乗効果により、年間で20万件以上減りました。15%以上削減できた計算です。入電数が削減できた分、チェック項目を増やし確認業務に充てたことで、よりお客様対応の正確性を担保できるようになりました。

2016年12月にFAQサイトをリニューアルされています。その理由を教えてください。

ホームページおよび会員専用ネットサービスページのリニューアルに合わせて、FAQシステムもそれに合わせて見栄えなどを変え、よりユーザビリティを高めようということになりました。また、スマートフォンユーザーの増加に対して、より検索しやすいデザインに変更したいと考えました。



FAQサイトのデザインを刷新！検索利用率3倍、アンケート投票率が5倍に。

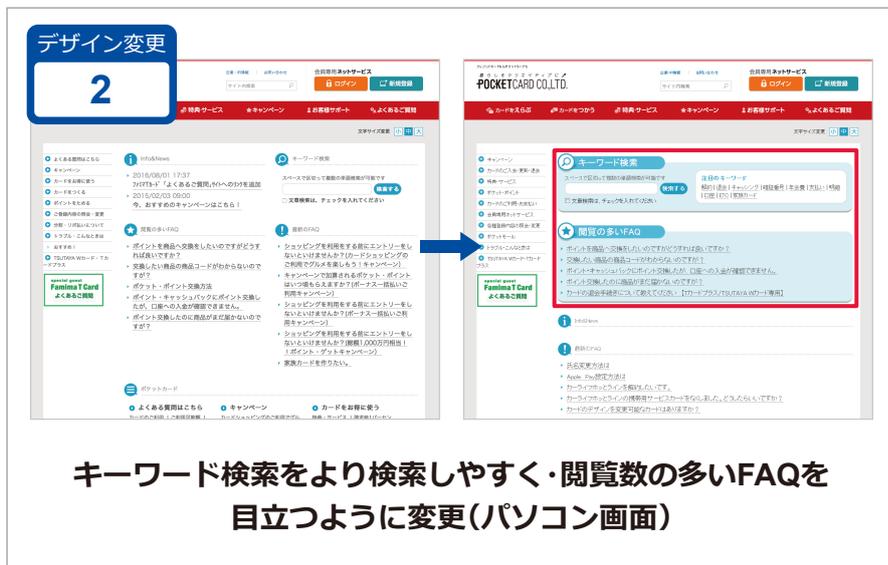
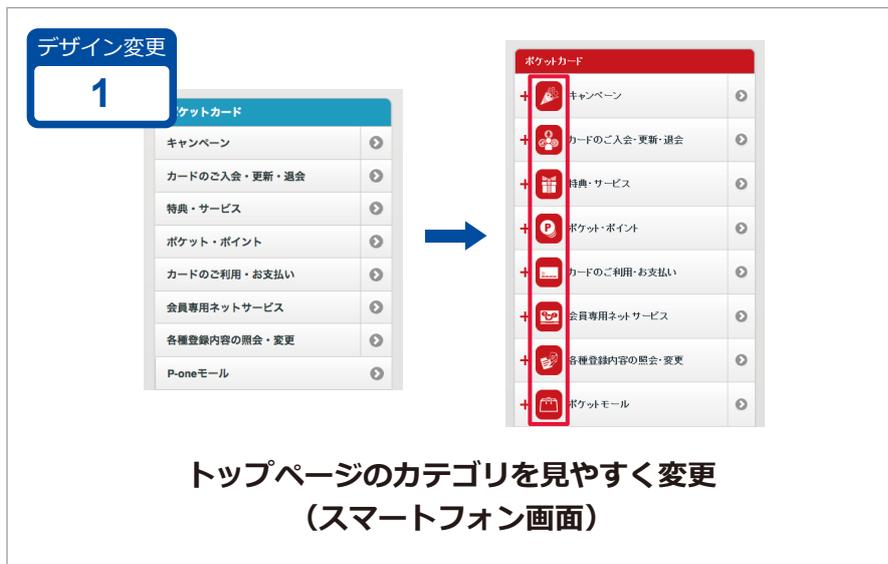
FAQサイトのデザインの変更について、具体的にはどのようなことをされましたか。

実施したことは大きく3点あります。

1点目は、トップページのカテゴリを見やすくした点です。カテゴリはお客様の目線を考えてアイコンを作成し、トップページに表示する項目は大項目だけに絞りました。

2点目は、キーワード検索をより目立つように変更した点です。また、トップページに表示されている閲覧数の多いFAQを表示する部分は、枠や色を付けて目立たせるようにしました。それだけでなく、FAQの内容についても、お客様はどんな疑問を持って検索されているのかを意識して書き換えました。

3点目は、アンケートをより投票しやすく変更した点です。スマートフォンからのアクセスが増えていることを踏まえ、スマートフォン向けページのアイコンやアンケートページなども変更しました。



FAQの内容についてもデザインを見直されたのでしょうか？

2017年2月に会員専用ネットサービスページをリニューアルした際に、使い方についてのご質問をお電話で多くいただきました。そのため、ご理解いただきやすいよう画面のキャプチャを使ったFAQを作成しました。これは当社では初の試みで、過去はFAQの文章が長過ぎて分かりにくかったという反省を踏まえたものでもあります。

そうしたFAQサイトのデザインをリニューアルしたことによってどのような効果がありましたか。

1点目のカテゴリを見やすくした施策の効果としては、お客様が迷うことなく

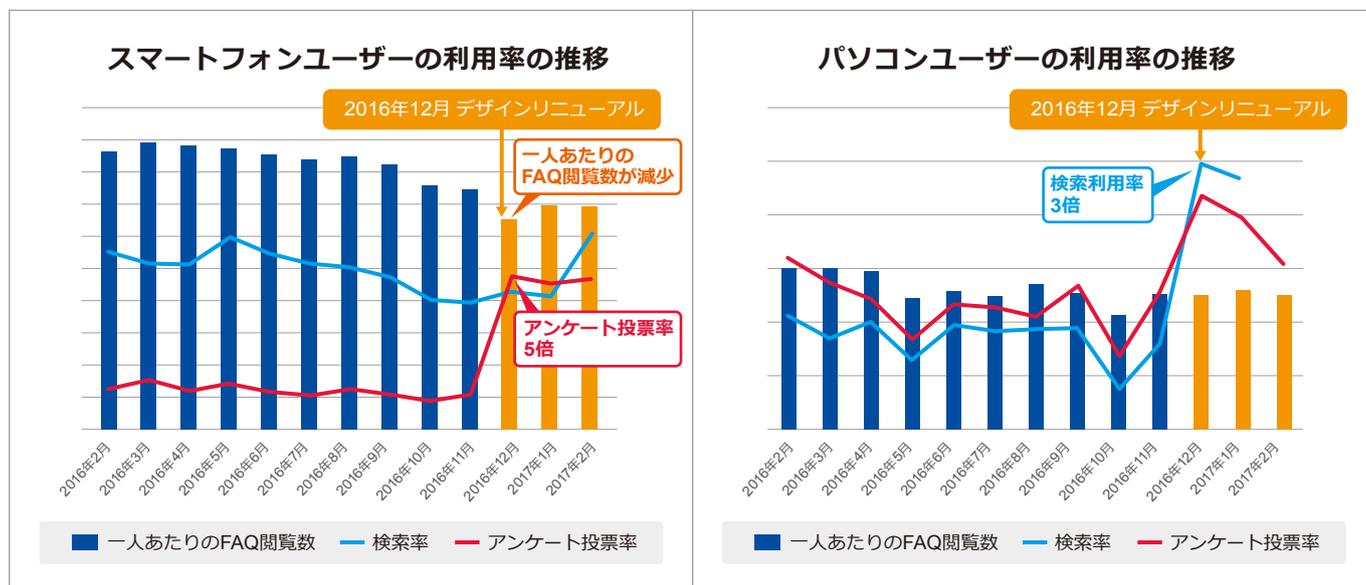
FAQの回答に辿り着けるようになったと評価しています。具体的には、特にスマートフォンでの一人あたりのFAQの閲覧数が減少しました。これは、素早く目的のFAQにたどり着けるようになったためだと考えています。

2点目のキーワード検索を目立つように変更した施策の効果としては、検索回数が当社サイト、ファミマTカードのサイトの両方で向上しました。特に、パソコンでの検索利用率が3倍になりました。

3点目のアンケートページの改善については、特に、スマートフォンユーザーからのアンケート投票率が従来の5倍に向上しました。その他、スマートフォンでの0件ヒット率も大幅に減少しています。

今後オウケイウェイヴにご期待いただいていることがあれば教えてください。

2017年はFAQへ動画を取り入れたいと考えておりますので、その取り組みにご協力いただけたらと思っております。また現在、社内のマニュアルをOKBIZ.のシステムに移行している最中です。まだまだ見やすい形にできていないので、これも一緒にやっていただけたらと考えております。



問い合わせ数削減・コスト削減など多数の導入事例を公開中！

OKWAVE 事例

検索



株式会社オウケイウェイヴ

〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-1-28 虎ノ門タワーズ オフィス 7階
TEL 03-6841-7681 (OKBIZ.セールス担当)

© 2020 OKWAVE, Inc.