

お客様の「生の声」を正確に把握 「ニーズ」に合ったWebサービスをタイムリーに展開



<http://www.nicos.co.jp>



社名 日本信販株式会社
 本社所在地 東京都文京区本郷3-33-5
 Tel:03-3811-3111(大代表)
 資本金 367億12百万円(平成14年9月30日現在)
 国内本・支店数/92
 事業内容 信販・リース業



企画開発部
 WEB企画グループ
 チームマネージャー
須田 良雄氏

Webサイトを通じて顧客ニーズの把握を目指す日本信販。効果的な情報ナビゲーションからログ分析、コンテンツ提案まで豊富な経験とノウハウを持つアスクジープスジャパンと緊密なパートナーシップを構築し、具体的に正確な顧客ニーズの把握に成功。確実な効果を上げている。

ロボット型サイト内検索を採用するが、膨大な情報分析のための負担が増大

1951年の創業以来、「消費者の生活をより豊かに」を企業理念としてビジネスを展開し、現在約1,500万人のカード会員を擁する日本信販。同社のWebサイトは、インターネットという新しい手段を通じた潜在顧客の掘り起こし、既存顧客に対するロイヤリティの向上などを目的としている。

1995年より運営してきたWebサイトに転換期が訪れたのは、2001年同社50周年記念に伴うWebサイトリニューアルであった。当時の状況について、企画開発部 WEB企画グループの須田良雄チームマネージャーは次のように説明する。「ご利用いただくお客様の利便性を向上したい」と思い、検索ソフトを導入してみました。数か月後、10万件を超える膨大な量の検索キーワードがログとして蓄積されていたのを見て大変驚きました。その際、これらを分析すればお客様の潜在的なニーズを把握できるのではないかと考えた訳です」。

その後、須田氏は、本格的に検索キーワードの分析に着手した。当時、Webサイトはカタログ的な情報発信が主な目的であり、企業のマーケティングに活用するという考えは一般的ではなかった。

キーワードの分析結果に基づいたWebサイトの改善は功を奏し、反映を施したページへのアクセスが増加するなど、確かな効果が現れた。しかし分析の方法が確立されていた訳ではなかった。「使用した検索ソフトではキーワードがログに蓄積されるだけでしたので、分析するため、手動で作業を行っていました。これが予想以上に時間とコストへの負担が大きかったです」と須田氏は語る。そこで、簡単かつ効果的に分析できるツールを検討していた時、アスクジープスジャパンのジープスソリューションに出会った

導入前の課題

サイト内検索に入力された膨大なキーワードの分析に着手するが、莫大な時間と手間がかかり、顧客の声をタイムリーに活用できない。

目標

蓄積された質問ログから顧客のニーズを正確に把握し、Webサイトのコンテンツに反映させることを目標として「ASK NICOS」導入。

導入後の成果

集積されたログを詳細に分析し顧客のニーズを明確化、コンテンツの充実とWebサイトでの効果的なプロモーションを展開。

のである。

「当時のアスクジープスジャパンのソリューションは、カスタマーサポート向けという印象でした。これを当社の目的に合わせ、Webサイトでのプロモーションに連携するソリューションとして、新しい提案をしていただいたのです」。

自然文での入力で顧客のニーズを把握

須田氏がまず着目したのは、検索に自然文入力ができるという点だ。「検索ソフトではキーワードすなわちこま切りの情報が得られませんでした。お客様が『どうしたいのか』という部分は、私たちが推測するしかなかったのです」と須田氏。例えば『キャッシング ATM』というキーワードだけでは、キャッシングができるATMを探しているのか、キャッシングそのものについて調べているのか判別できない。『キャッシングができるATMの場所を知りたい』というように自然文で入力できて、初めて利用者の真意が理解できるのである。ジープスソリューションは、『何を、どうしたい』という顧客のニーズをつかむ上で最適な方法であった。

**レポートサービスで
具体的な改善が可能に**

情報を一目で把握できる点も評価の対象となっている。「単なるログ分析ではなく、毎月レポート形式で提供されるので、お客様のニーズを簡単かつ正確に把握できるようになりました」と須田氏は語る。アスクジーズジャパンの提供する各種レポートは、利用者が「何のために」「どんな質問を」したか、最終的に「どんな情報を」得たか、利用者のWebサイト訪問目的を明確に判断する指標となる。レポートにはコンテンツホルム(回答ページのない状態)の指摘や既存ページの改善提案も含まれるため、継続的なWebサイトの改善や効果的な構築が可能になるのだ。

また、アスクジーズジャパンが日本信販のパートナーとして、Webサイトの利用分析から改善提案まで総合的に行う点も魅力のひとつである。その一環が、オプションとして導入しているマイニングサービスだ。「月次レポート以外に当社独自の分析もお願いしています。これは月次レポー

トからキーワードを絞り込み、お客様が本当に求めている情報の分析やWebサイトの具体的な改善方法等も含め、トータルのコンサルティングしていただくものです。また、Webサイトの運営全体に関するパートナーとしても広くご協力をいただいています」(須田氏)

**システム運用から分析、
提案まで総合的なソリューションを
提供するアスクジーズジャパン**

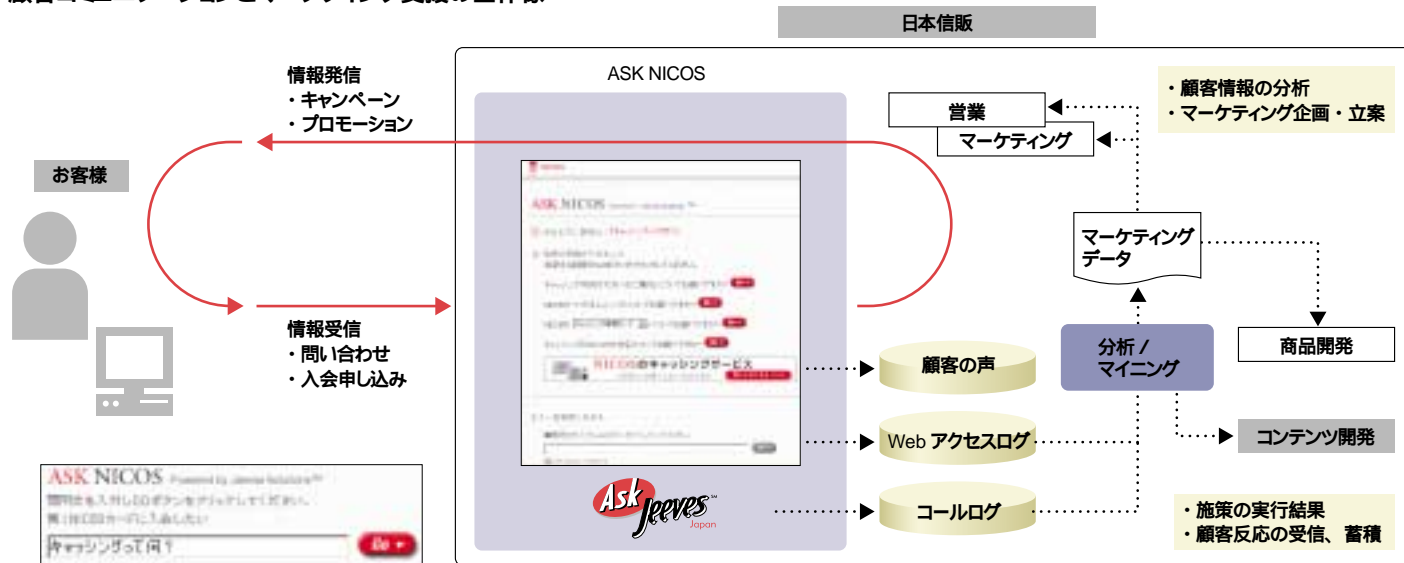
2002年4月のサービス開始以降、初心者にも親しみやすい検索機能として好評な「ASK NICOS」。顧客の声を分析し、把握することで、タイムリーなWebサイトのコンテンツ拡充とサイト全体のユーザビリティ向上ができるようになった。導入効果はそれだけにとどまらない。「新サービスの是非を判断するマーケティングツールとして、あるいはキャンペーン情報の発信やプロモーションに活用するなど、より戦略的な部分へと踏み込むようになりました。こうした活用の提案に

おいてもアスクジーズジャパンのノウハウには非常に負うところがあります」と須田氏は語る。

また、検討から実際の導入までにかかった期間はわずか2か月。このスピード導入について、須田氏は次のように説明する。「サービスはASPでの提供であったため、システム部門など内部の調整が必要なかったことが短期間での導入を可能にしたと思っています。また、アスクジーズジャパンの専門部隊がシステム運用だけでなく、集積された膨大なログの分析やWeb改善のための提案までを総合ソリューションパートナーとして提供してくれています。その点も導入が容易になるポイントでした」。

日本信販のWebサイトの今後について須田氏は、「お客様の生の声を元に、コンテンツをさらに充実させ、他部署とも連携しながらカードサービス全般に対し戦略的な活用を図りたいと考えています。そのためのパートナーとして、アスクジーズジャパンの豊富なノウハウにはこれからも期待したいですね」と意欲的に語ってくれた。

顧客コミュニケーションとマーケティング支援の全体像



お問い合わせ先
株式会社 アスク ジーズ ジャパン

〒102-0076 東京都千代田区五番町12-3 五番町YSビル5階
Tel:03-5211-1466(代) Fax:03-5211-1477
E-mail:sales@askj.co.jp

www.askj.co.jp