



りそな銀行

りそな銀行様のWebサイトを改善し、費用対効果約2.5倍／アクセス数は3年間で1.7倍に。その他、SEO施策・CXプラットフォーム「KARTE」・プロセスマイニングツール「Celonis」などで顧客体験向上を通じた収益効果伸長を実現。

課題

- 顧客のお困りごとや社会課題を基点とした新たな顧客体験の提供が必要
- デジタル変革を進めて、顧客一人ひとりに多様な選択肢と新たな価値を提供したい

サービス

- トランスコスモスはパートナーとして、デジタル施策の実行から一部コンタクトセンターまで対応。企画からページ改修までをワンストップで実施する協働拠点を開設。新型コロナウイルス感染症による影響でリモート勤務を余儀なくされる中でも、常駐メンバーと在宅メンバーを常時TV会議接続して密なコミュニケーションを図り生産性を維持・向上。
- CXプラットフォーム「KARTE」導入・運用。行動データに加えて性格データを組み合わせ顧客一人ひとりに適したコンテンツを表示
 - Web広告やコンテンツマーケティングをはじめとするSEO施策で流入強化
 - プロセスマイニングツール「Celonis」でアクセスログを分析し、コンタクトセンターの問い合わせに繋がっているページを可視化
コンタクトセンターに寄せられる、顧客の声も分析しFAQを改善

成果

- Webサイト改善開始から3年でアクセス数は1.7倍
- 改善コストに対する費用対効果は単年約2.5倍

トランスコスモスにはパートナーとして、Webサイト改善を中心に、Webサイトへの流入強化施策やコンタクトセンターなどの様々な領域を100人以上の体制で対応いただいています。Webサイトを通じた新たなサービス体験の提供を目指して日々活発な議論を重ね、合同チームとしてスピーディにデジタル施策を実行しています。トランスコスモスと、「脱・銀行」に向けて、枠にとらわれない自由な発想でどこよりも新しい取り組みや、チャンネルを横断した様々なDX施策を一緒に実行していくことで、より多くのユーザーに多様な選択肢と新たな価値を提供していきます。


 カスタマーサクセス
 部長
原澤 典之 様

Webサイト改善で新たな顧客体験の提供を

「お客さまの喜びがりそなの喜び」という基本姿勢のもと、「リテール No.1」の金融サービスグループを目指している株式会社りそな銀行様（以下、りそな銀行様）。

りそな銀行様は、顧客一人ひとりへ多様な選択肢と新たな価値を提供できるよう、デジタル変革を進めていました。取り組みの一つとして、Webサイト改善でより良い顧客体験を提供したいとお考えでした。

トランスコスモスは、パートナーとして、デジタル施策の実行から一部コンタクトセンターまで対応

りそな銀行様とトランスコスモスは2019年に協働拠点「コラスタ」を開設して企画からページ改修までをワンストップで実施しており、現在はDX施策に関する様々な会社が集結する場「Resona Garage」として拡大しています。さらにWebサイト運用や広告運用などのデジタルマーケティング業務をリモートで実施するバーチャルオンサイトサービスも提供し、常駐メンバーと在宅メンバーを常時TV会議接続する環境を用意して密なコミュニケーションを図ることで、高い生産性を維持したWebサイトにおけるデジタル施策を実行しました。

Webサイト改善施策として、CXプラットフォーム「KARTE（カルテ）」の

導入・運用を実施しました。顧客の行動データからニーズを予測し、適切なコンテンツに誘導します。また、ポップアップバナーでアンケートを出して取得した性格データに応じたコンテンツを表示することで、より顧客一人ひとりに寄り添う取り組みも行いました。

Webサイトをより多くの人に知ってもらうために、コンテンツマーケティングをはじめとするSEO施策で流入強化を図り、アクセス数は増加しました。

プロセスマイニングツール「Celonis（セロニス）」でアクセスログを分析してコンタクトセンターの問い合わせに繋がっているページを可視化し、コンタクトセンターに寄せられる顧客の声と合わせてFAQも改善。入電数の大幅な削減につながりました。

アクセス数1.7倍・費用対効果は単年約2.5倍

Webサイト改善開始から3年でアクセス数は1.7倍にまで増加。SEO施策による流入強化やPDCA改善を続けた結果、コストに対しての費用対効果は単年約2.5倍になりました。今後はデータ戦略を見越したシミュレーション・データ蓄積にも注力していきます。

これからも、トランスコスモスはさらにデジタル施策を加速させ、りそな銀行様のより良い顧客体験の提供をサポートいたします。

りそな銀行様 提供サービス

