

顧客事例を、 営業が使える4つの資産へ



60分の取材から、確認済みの事実を
Web・A4・商談・営業フォローへ展開します。

この資料で確認できるもの

Web記事 / A4事例 / 商談スライド6枚 / 営業・告知文

01 Web記事

比較検討の信頼

02 A4事例

送付・展示会・社内共有

03 商談スライド

提案・稟議

04 営業・告知文

商談前後・発信

課題から変化まで、読者が判断できる順番に。

CASE STUDY

問い合わせ対応の「探す時間」を半分へ。 5人チームから始めた検索機能の試験運用

架空のBtoB SaaS企業 | カスタマーサポート部門

導入前	回答履歴、FAQ、手順書が別々にあり、担当者ごとに探す順番が違っていました。
選定理由	全社移行ではなく、既存データを残したまま1チームで試せる方法を選択。
確認した変化	4週間の試験で、回答準備の中央値18分→9分。社内確認は週12件→7件。

記事設計の基準

- 1 課題から始める**
機能説明ではなく、顧客が止まっていた場面を先に示す
- 2 選定理由を残す**
比較の決め手を、検討中の読者が使える判断材料にする
- 3 測定条件を添える**
数字だけを強調せず、5名・4週間という範囲を明記

実案件では、発注企業と取材先の双方で
事実確認した後に公開します。

商談後、1分で共有できる事例へ。

Web記事の要点を、
送付・展示会・社内共有の
読む順番へ組み替えます。

1

課題 → 選定 → 変化

A4表面だけで、判断の流れが分かる

2

数字に測定条件を添える

5名・4週間の試験範囲を明記

PDF送付にも、印刷にも対応

CUSTOMER STORY

問い合わせ対応の 「探す時間」を半分へ。

架空のBtoB SaaS企業 | 5人チームで4週間の試験

BEFORE

情報が3か所に分散
探し方が担当者ごと
に
違う

CHANGE

回答準備 18分→9分
社内確認 12件→7件

選んだ理由：既存データを残したまま、小さく試せる

裏面には、再現条件と次の判断を残す。

試験運用の進め方

- 1 対象を限定**
問い合わせの多い1チーム、5名から開始
- 2 情報を限定**
参照対象を回答履歴、FAQ、手順書に絞る
- 3 4週間測定**
同じ条件で回答準備時間と社内確認件数を記録
- 4 次を決める**
対象マニュアルと検証チームを一つずつ追加

数字の読み方

回答準備の中央値

18分 → 9分

5名・4週間の試験。全社導入後の成果ではありません。

週の社内確認

12件 → 7件

件数の定義と集計期間は、実案件ごとに明記します。

情報はある。でも、答えへたどり着く順番が人によって違う。

問い合わせ履歴

過去の回答と判断理由

FAQ

よくある質問への標準回答

手順書

業務の進め方と例外条件

3か所を往復するため、担当者ごとに探す時間と確認回数が変わって
いました。

この段階では、ツール不足より「探す順番が揃っていないこと」が課題でした。

全社移行より、既存データを残した小さな試験を選んだ。

見送った進め方

全データを移行してから開始

準備に時間がかかり、効果が分からないまま大きな運用変更が必要になります。

選んだ進め方

1チームで4週間だけ試す

既存の回答履歴、FAQ、手順書を残し、検索対象と利用者だけを限定しました。

判断基準：小さく始めても、同じ条件で変化を測れること

5名・4週間。先に測定条件を固定した。



全社導入の成果ではなく、限定条件での試験結果として扱います。

回答を準備する時間は半分に。社内確認も減った。

回答準備の中央値

18分 → **9分**

5名・4週間。回答作成前に情報を探し始めてから、
下書きに着手するまでの中央値。

週の社内確認

12件 → **7件**

同じ期間・同じ5名で、回答内容について
他の担当者へ確認した件数。

数字は架空です。実案件では、測定条件と期間を必ず併記します。

時間短縮だけでなく、次に整える運用も見えた。

01 検索対象を増やす前に、更新責任者を決める

古い手順書が混ざると、探す時間は減っても判断が揃いません。

02 権限範囲を限定すると、試験を始めやすい

最初から全情報を対象にせず、問い合わせの多い領域へ絞りました。

03 次のチームでも同じ指標を使い、再現性を確かめる

一つの成功だけで全社効果とせず、条件を変えずにもう一度測ります。

次は、対象を一つずつ増やして再検証する。

小さな試験を、次の判断材料へつなげます。

結果を誇張せず、どこまで再現できたかを確かめながら進めます。

STEP 1

対象資料を一つ追加

STEP 2

別チーム5名で再検証

STEP 3

同じ2指標で比較

DECISION

全社展開の条件を決める

事例は、送るときの一文まで用意する。

5つの利用場面

01 商談前

02 商談後

03 社内共有

04 メルマガ

05 SNS

件名：同じ課題を持つ企業の導入事例をお送りします

〇〇様

次回のお打ち合わせに先立ち、〇〇様から伺った
「回答に必要な情報が複数の場所へ分散している」という課題に近い
導入事例をお送りします。

特に、全社移行ではなく5人チームから試した理由と、
4週間で確認した変化が、ご検討の参考になると思います。

事前にすべてお読みいただく必要はありません。
気になる点があれば、当日そこからご説明します。

※ 実案件では、相手の課題と事例の共通点を確認してから調整します。

WHAT YOU RECEIVE

確認済みの事実を、 営業が使える状態で納品します。

Web記事

比較検討の信頼

A4事例

送付・展示会・社内共有

商談スライド

提案・稟議

営業・告知文

商談前後・発信

実案件で約束すること

発注企業と取材先の双方で事実確認 ／ 未確認の数値やコメントを作らない
編集可能データと公開用データを納品 ／ AIを使用しない進行にも対応

新サービス事例化スプリント | 合同会社セキオラ