

新人でも顧客がわかる『羅針盤』のCTIシステムに魅力！デオデオFCに加盟後も、パソコン1台で楽々操作できる『羅針盤』の多様な機能を活用中！

## 「羅針盤」で経営力アップ



小川店長

小川社長はこの祭りが始まった当初から役員を務め、地元の電器店として松永の活性化に尽力している。

「羅針盤」は、電話の着信音が鳴

る前に、電話をかけてきた相手の情報データを自動的にパソコン画面に表示するCTIプログラムを搭載している。

■地元の活性化に尽くす  
広島県の東部に位置する福山市。小川家電サービスは市内南西部、JR山陽本線松永駅近くの商店街にあ

る。人員は小川賢治社長夫妻と息子の正博店長夫妻、パート2人の6人体制。昭和43年、賢治社長が現在の店舗からほど近い場所で創業した。初めの頃は借家の3畳間に家電を並べての商売だったが、昭和47年に現在の場所に引っ越した。商圏は人口約4万人の松永地区。昭和41年福山市と対等合併した旧松永市の地域だ。

■印象深かったCTIシステム  
小川家電サービスは以前、松下電器が提案してくれた、Vシステムを使っていたが、リースの更新を迎え、もっと使い勝手がいいソフトはないかと探していた時、以前雑誌で見た「羅針盤」の広告を思い出し、3年前、「羅針盤」に替えた。

さらに情報システムを応用し、エリアマーケティングの手法で、顧客と一度きりでない関係を築き、「再購入とお店の一生客づくり」、いわゆるワン・トゥ・ワン・データベース・マーケティングCRM（カスタマー・リレーション・マネージメント）を構築できる。

メディア・ネットワーク・ジャパン（東京都北区赤羽台3・1・19、澤田国治社長）が提案する「羅針盤」は、すべての経営シーンに対応するオールマイティな経営支援ソフト。CTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）機能を知ったのがきっかけで「羅針盤・総合販売管理・PRO」を導入した小川家電サービス。使い込むうち、顧客の検索や絞り込み機能の便利さに「使っていて、ストレスを全く感じない。使いにくいと感じるところがない。はっきり言って羅針盤には不満がない」と小川正博店長。それほど惚れ込んでいます。売上管理と顧客管理を2本柱に、どのように「羅針盤」を経営に生かしているか、聞いた。

# ストレスを感じさせない使い良さを



## 「羅針盤」で経営力アップ——総合情報管理システム導入実践例

### <導入店プロフィール>

小川家電サービス

所在地＝福山市松永町4-12-24

創業＝1968年（昭和43年）

代表者＝小川賢治社長（64歳）

人員＝6人

店舗数＝1店舗

導入時期＝2004年2月

登録顧客＝約1500件

## 「羅針盤」で経営力アップ



端末1台で羅針盤を活用している

### ■電話の相手を「ダブル」で表示

電話をかけてきた相手の情報データをパソコン画面に表示するCTI機能は「ダブルCTIシステム」。

パソコンを起動すると「羅針盤」を起動しなくても「Mini(ミニ)CTI」が稼動する。これは着信があると、登録済みの人の場合は、ミニ顧客台帳(氏名・住所・郵便番号・電話番号・FAX番号・メールアドレス)を表示し、顧客情報が登録されていない人の場合は全国約4千万件の電話番号データから、相手の氏名・住所・郵便番号・電話番号が表示するもの。

もちろん「羅針盤」を起動すると

「羅針盤」内のマスターにあるCTIが稼動し、登録顧客の場合、顧客台帳と地図、関連情報(購入履歴・商品保有情報、家族一覧、商品見込み情報、メモ備忘録、顧客との約束事項など)を表示する。

### ■新人でも顧客が分かる

「自分は長年のお客さんの声が聞き分けられても、新しく入ったパートナーさんは声だけじゃわからないし、電話の声も聞きづらかったりする。なにかいいシステムはないかと思ってたどり着いたのが、CTIシステム搭載の羅針盤だった」と正博店長。

早速、メディア・ネットワーク・ジャパンに問い合わせたところ、同店方面へ来る便があるという。さっそくデモソフトを借りて使ってみると、使い勝手がしっくりきたので導入を決めた。

「羅針盤」を導入するまで使っていたシステムに蓄積していたデータは、メディア・ネットワーク・ジャパンに頼んで、「羅針盤」データに変換・移設してもらった。そのほか、データをメールで送ったり、CDに書き込み、送ってもらったりもしたという。

### ■なくてはならない経営支援ツール

現在、1台のパソコンで主に顧客データ登録、商品登録、入出金、売上げ、検算、DM発送先の絞り込みなどを行っている。

正博店長は「基本は売上管理と顧客管理。その2つができれば、顧客の検算や絞り込みは誰でもできる。逆に羅針盤がないと顧客検算や絞り込みができない。ほんとに羅針盤がないと仕事にならないくらい助かっている」と力説する。

同店は正博店長が家業に就いた約15年前、すでにパソコンで顧客管理を行っていたが、Fキーは〇〇、F2キーは△△と、操作の種類によってキーが特定され、使い慣れないとむずかしく、誰でも簡単に使うには不自由だったという。

「操作ができないと、できる人に入力してもらい、紙ベースで出してもらっていた。電話番号を検索しようにもやり方が分からず、操作のできる人の都合がいい時しかデータを見ることができなかった」と正博店長。「羅針盤」は今、同店の誰でも、好きなときに操作してデータを見ることができるよう、

### ■郵便番号で並べ替え

その点、「羅針盤」は電話番号が分かれば顧客検索ができる。「鈴木」と検索すれば、顧客のうち「鈴木さん」の一覧が表示される。ランク分けしおけば、ランク別に一覧が出るし、郵便番号順に出せば地域順にリストが出てくる。

「郵便番号検索は町名まで細かく出るから、手配りするなら地域ごとに並べ替えると仕分けに便利。並べ替えも簡単にできる。この機能があるおかげでDMを効率よく配れる」と信頼を寄せる。

### ■デオデオのFCに加盟

小川家電サービスは、今年2月22日、大安の日を選んでデオデオのフランチャイズ、DFS(デオデオファミリーショップ)に加盟した。デオデオと同じ価格で販売でき、商品の店間の振替やデオデオeカードとポイント活用を顧客に提供できるようになった。

「DFSになると、郵送物が増える」と正博店長。同店で購入した顧客にはデオデオの本部からDMが送られる。同店のDMと重複しないよ

## 「羅針盤」で経営力アップ

うにするため、本部から同店に届けられるDM送り先名簿を元に「羅針盤」の顧客データの「DM欄」からチェックを外す。

「タックシールを打ち出した後に、本部がDMを発送したお客を選別するのは大変。タックシール出す前に名前で検索してチェックを外すと、シールが出力されないの、無駄が省け、発送が本当に楽」と正博店長は言う。

### ■柔軟な条件設定で絞込み

「羅針盤」の項目でランク別入力ができる欄がある。同店では購入金額などからAからKまで8ランクに分けている。「主に使っているのはA〜Fランクだが、Kランクまで分けられた。おそらく、いくらでもランクが追加できるのだと思う」と「羅針盤」の自由度に感心する。

「羅針盤」は顧客の来店状況（R・リセクシー・最新購買日）、購買状況（F・フリークエンシー・購買頻度）、累計購買金額（M・マネタリー・購入金額合計）など取引状況で顧客ランクを数値的に自動分析する「RFM機能」を搭載している。

つまり、購買金額だけでは見えな



羅針盤を活用する小川家電サービス

い顧客の状況を分析してランク付けできるので、ご無沙汰客の掘り起こしにDMを発送したり、「○○地区のCランクの人にDM発送」とピンポイントでもDMを発送できるなど、何重にも柔軟な条件設定で絞込みができる。「その絞り込み、検索だけでも価値がある。作ろうにも作れないし、すごい」と正博店長は「羅針盤」で受けた感動を話す。

### ■家電中心の原点に戻る

小川家電サービスは家電をメインに、家電で関わりのある顧客にオール電化、リフォームも提案している。

数年前、家電が売れず、設備関係をメインにしたところ、そちらに時

間を取られて顧客を回れず、まずまず家電が売れなくなるという悪循環に陥ったという。しかし、DFSに加盟し、今は原点に戻って、家電メインに取り組んでいる。

加盟後、デオデオと同じ価格で販売できることから、以前は「値段が高い」と離れていった顧客や、10年くらいつき合いがなかった顧客も小物商品を買ってくれ、電話かかってくるようになったという。

「同じ価格なら、小川家電にお願いしたいと思ってきているようだ」と正博店長は喜ぶ。「1円の売上げもなくても顧客管理ができるのは羅針盤だけ。ご無沙汰客の掘り起こしにこそ、羅針盤は力を発揮する」という。

### ■PC壊れてサポート体制実感

昨夏、パソコンのハードディスクが壊れ、「羅針盤」が使えなくなったことがあった。その際、サポートセンターに電話し、電話でのやりとりで、適切で正確なアドバイスを受けながら、違うパソコンにデータをコピーすることができ、次の日から、いつも通り仕事をすることができたという。

対応の早さもそうだが、電話での「人間らしい親切さ」にも好印象を受けた。「機械的じゃなく、マニュアル通りじゃなく、適切なサポートだった」と正博店長。

以前は個展もよくやっていたが、今はDFSになった体制を軌道に乗せることが第一。個展は小休止だが、今後電気温水器の個展を開く計画も立てており、「羅針盤」で見込み客を絞ってDMを出していくつもりだ。

「羅針盤」はRFM分析や他の売上分析なども楽にできる。「売上げの中から、力を入れている割に売上げが低い商品はやめて、他の商品に力を入れる。地域店としてあれもこれもやるには限界があるので、やることも大切。そういう分析が今後の方針にも役立つ」と正博店長。

今後、家電をベースにオール電化とリフォーム、そして太陽光発電など環境問題に役立つ商品、顧客が快適になる商品を提案していくという。

「そのためにも、顧客情報の鮮度を高めたい。将来は、データ入力が自動で楽にできる羅針盤プロPOSを使う日が来るかも」と夢を抱きつつ、現在愛用の「羅針盤プロ」を大いに活用している。