



「羅針盤」で経営力アップ

電話の相手を画面に表示、ユーザーが進化させる地図データ

ダブルCTI機能搭載で顧客情報データと商情情報データを管理し、販売・商品・在庫・仕入・買掛・金銭出納まで網羅する総合経営支援ソフト「羅針盤」。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）が提供する、POSレジ機能も備えるオールマイティなこのシステムは、現代の専門店経営に欠かせないCRM（カスタマー・リレーションシップ・マネージメント）を構築できるのが強みだ。今月はその大きな特徴のひとつであるダブルCTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）システムと地図データ表示システムにスポットを当てる。

「1生顧客」づくりCRM構築

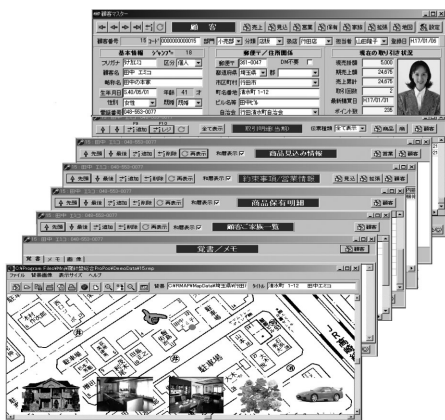
専門電器店にとって、一度の購入客を固定客に囲い込み、生産性の高い「1生顧客」とすることが課題だ。「羅針盤」が得意とするCRMの構築は、情報システムを応用して顧客と長期的な関係を築く手法であり、1生の顧客づくりを支援するものだ。CRMは詳細な顧客データを元、商品の売買から保守サービス、問い合わせやクレーム対応など、顧客とのやり取りをすべて管理することにより実現する。「羅針盤」は、顧客の

ニーズにきめ細かく対応することで、顧客の満足度を高め、顧客を固定客とすることで収益を高めることを狙いとされている。

3モデル・4タイプ

「羅針盤」PROシリーズは「顧客売上管理PRO」（19万8千円）と「総合販売管理PRO」（39万8千円）、さらに「羅針盤PRO・POS」（59万8千円）で構成される。

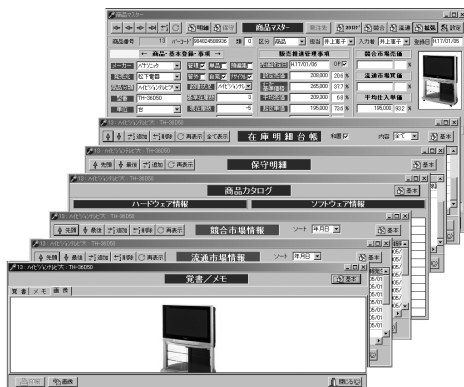
「顧客売上管理PRO」はCTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）と顧客データ管理、



顧客マスター一覧表示

売上管理が中心。

「総合販売管理PRO」は、さら



商品マスター一覧表示

に販売・商品・在庫・仕入・買掛・金銭出納まで網羅した総合管理システム。

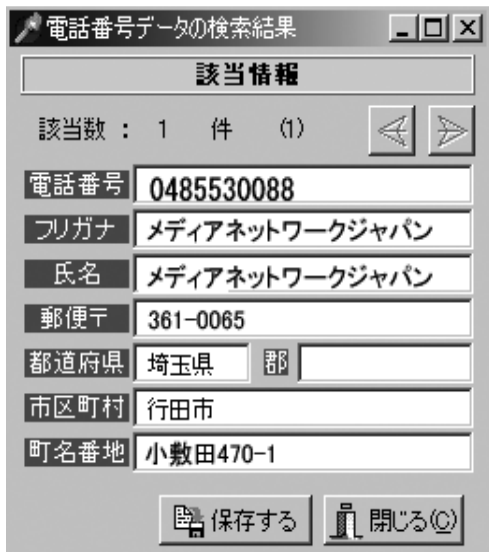
それにPOS（販売時点管理システム）レジ機能がついたのが、「羅針盤PRO・POS」だ。パソコン1台で運用するスタンドアロン版（39万8千円）と、パソコン数台をネットワークで接続し運用できる簡易LANタイプ版（59万8千円）の2タイプがある。

ダブルCTIシステム

「羅針盤」は電話をかけてきた相手の情報データを画面に表示してくれる。しかも、電話のベルが鳴るよりも早い。所在地の地図も表示され、さまざまな顧客情報を見ながら、電話応対ができる。

電話がかかってくると、パソコン画面に顧客情報を自動的に表示するのが、CTIプログラム。電話通信ポートを監視して、着信を専門に自動管理している。

「羅針盤」が優れているのは「ダブルCTIシステム」。パソコンを起



登録されていない人の電話には約4千万件の電話番号データベースから表示される



登録済みの顧客の電話にはミニ顧客台帳が表示される

動すると、「羅針盤」を起動しなくて

もCTIが稼働する。これが「Mini (ミニ) CTI」。もちろん「羅針盤」を稼働すると、「羅針盤」内のマ

スターにあるCTIが稼働して、電話をかけた相手の情報を画面に表示する。着信の記録は30日間、設定変更可

能、保存される。かかってくる電話は貴重な商売のチャンスであり、顧

客とのコミュニケーション。一件も逃さないのが「羅針盤」のダブルCTIシステムだ。

ミニCTIが全国4千万件から検索

ミニCTIは、着信があると、「羅針盤」データをおよび全国約4千万件の電話番号データベースを検索して顧客情報を表示する。

顧客情報を登録していない人の場合は約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・電話番号を表示する。

登録済みの顧客の電話には、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)が表示される。

「羅針盤」内CTIシステム

「羅針盤」を起動させると、マスターにあるCTIシステムがミニCTIと交代して着信情報を検索して表示する。こちらも全国約4千万件の電話番号データから「氏名・住所・郵便番号・電話番号」を自動表示するほか、顧客登録していないユーザーは着信表示情報をそのまま新規登録でき、マスターをワンクリックすると、市販のアトラス地図も表示する。

修正・加筆できる「地図」データ

「羅針盤」は、電話のベルが鳴る前に電話をかけてきた相手の情報データが表示され、住所を登録してある顧客は所在地の地図も表示される。しかも、通常の電子地図データは書き込みができないが、「羅針盤」は修正や加筆ができる。

電話帳に登録された全国4千万件の電話番号データは年1回、CDR(別売)で提供されるが、全国の地方自治体が統合され、3分の1に減った平成の大合併があったため、次回は07年4月以降を予定している。

この特長は、電話に出る前に電話をかけてきた相手の電話番号が表示される「ナンバーディスプレイ」機能と7桁の郵便番号で電話をかけてきた顧客の所在地を検索し、地図を表示する「地図データ表示」機能によって実現している

劣化しない地図データ表示

電子データの住宅地図は、人口10万人ほどの都市の場合で30万円前後、これに検索エンジンを合わせると、40〜50万円ほどする。しかも、加筆



顧客マスターに登録済みの顧客情報一覧には加工した地図も表示される

やマーケティング、修正ができず、数年経つとデータが劣化するケースが多い。

「羅針盤」は、パソコンのハードの能力が飛躍的に伸びることを想定して、使う人が手元で地図データを作ることを前提に、修正可能な、劣化しない地図データ表示システムを構築している。

市販の地図や手書きの地図をスキヤナーで読み取り、そのデータの上に、透明のガラス板を置いたような状態で利用する。

そのため、家の外観写真やリフォームした際の施工写真などを貼り付けたこともでき、貼り付けた写真の拡大・縮小も自在にできる顧客が引越して住民が変わった時の修正や新しくできた道路の加筆も簡単にできる。地図データは透明のガラス板に保護された状態なので、劣化しない。

「羅針盤」のルーツは商いの妙

「羅針盤」はかつて埼玉県で年商30億円を商った地域電器店、東光電器の経営から生まれた。創業者の澤田八郎氏は5万円を元手に商売を始めた。顧客と商品、両方の情報データを統合管理する「羅針盤」のルーツがそこにある。

昭和41年、澤田青年は5万円を懐に上京する。大志は抱けど、道定まらぬまま、日本橋の閩屋街でひらめくものがあった。季節は3月。小売店の店頭は春商戦だが、閩屋街はすでに夏モノ。シーズンを過ぎた春モノは「一束三文で売られていた。



澤田氏

「羅針盤」のルーツは商いの妙

ては仕入れ、元金を回転させた。それを創業後に毎日続け、創業期に「資本の回転率」の重要性を悟る。例えば、月に8分の儲けでも12カ月では9割6分。元手は倍に増える。

商売の面白さに目覚めた澤田青年。昼休みの展示販売後、商品の整理をしながら春の選抜高校野球を聞くと、トランジスタラジオを販売会社から現金で仕入れた。メーカー希望小売価格は1500円、仕入は750円、売値は1250円。「売ってくれ」という野球ファンに正札通り売って750円儲けた。ネクタイが売れない買場はラジオやテープレコーダーなどへと扱い商品の幅が広がった。

やがて企業の独身寮に入ります。ようやく「電気釜が欲しい」「冷蔵庫はないか」「親元にテレビを送りたい」と注文が増え、1年後には電器屋になっていた。

「その頃、ご指導いただいたシャープさんには大変感謝している。それにして最初から電器屋をめざしたわけではない。商いの妙味に引き込まれるうちに電器屋になった」と振り返る。