

「羅針盤」の魅力を探る

7つのマスターの機能

「顧客マスター」の1

経営情報総合管理システム「羅針盤」は将来を見越して、きわめて大きな容量の中に、最新のさまざまな次世代機能を、ふんだんに盛り込こんでいる。そのひとつひとつを紹介していくシリーズ。顧客からの電話が着信した時点から、すべてのメニューが自動リンクするCTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）サーバー機能とPOS（販売時点管理システム）レジ機能を搭載した「羅針盤Pro・POSシリーズ」を例に、解説を始める。柱となるのが7つのマスター。そのうち、羅針盤ユーザーの電器店が一番よく活用しているのが「顧客マスター」と「商品マスター」だ。その「顧客マスター」から、その魅力を探っていく。「羅針盤」のホームページでも、その機能を詳細に体験できる（一部は省く）。

項目数が多いマスター画面

「顧客マスター」の画面は、「顧客の検索条件」画面で「顧客番号」や「名前（ふりがな）」「電話番号（下4桁でも可能）」、会員カードを発行している場合の「カード記載会員バーコード」から呼び出すことができる。「顧客マスター」画面は、顧客から電話がかかってくると、瞬時にその顧客（顔写真付き）の画面が表示される。特筆すべきは、社内LANで接続されたすべての羅針盤活用クライアント・パソコンにも表示することができる点だ。

また、VPN（バーチャル・プライベート・ネットワーク）任意の2カ所間で、インターネット回線を専用回線のように利用できるネットワーク技術）システムの活用で、A地点から遠く離れたB地点の遠距離離間



「羅針盤」の魅力を探る

顧客情報がひと目でわかり「器」が大きいマスター画面

もちろん、「RFM分析結果」の、前（決算2期前）のRFM分析分析顧客ランク結果・現（決算1期前）のRFM分析顧客

ランク結果）・フリー（自由な期間設定のRFM分析顧客ランク結果）の分析値が表示されている。驚きは、顧客の実データを基本に、RFM分析で、科学的、数学的に算出された結果の顧客ランク数値が自動表示されていることだ。

しかし、これらの項目をすべて埋める必要はない。他のマスターから自動的に表示されるものもある。分かる範囲で入力されていれはいい。

「顧客マスター画面」の項目の多さには、ソフトを使うユーザーの立場に立つて「羅針盤」が重視している二つのコンセプトが反映されている。

一つは「顧客情報の一見性」。画面を開いた時、一人の顧客の情報が、一つの画面上で見ることが出来る。もう一つは、ソフトとしての「受け皿の大きさ」。

顧客情報を管理するソフトで、一番ユーザーがストレスを感じるの、せっかく手に入れた情報を、入れておく場所（項目）がないことだ。データベースマーケティングは、さまざまな情報を検索し、絞り込んだ的確な販促活動を打つことで成果が生まれる。情報の種類は多いに越

「顧客マスター画面」の右上に、「売上」「見込」「営業」「保有」「家族」「拡張」「地図」「設定」、合わせて8つのクリックボタンがある。

顧客から電話がかかって来た時、「顧客マスター」画面といっしょに「取引明細（当期/すべて）」「商品見込み情報」「約束事項/営業情報」「商品保有明細」「顧客ご家族一覧」「拡張（覚書/メモ/画像）のサブマスター画面を瞬時に自動表示させることができるが、あらかじめ、どのサブマスター画面を表示するかを「設定」しておくこともできる。

多くの「羅針盤」ユーザーの電器店が自動表示設定しているサブマスター画面は「売上」の「取引明細（当期）」と、「保有」の「商品保有明細」だ。

「取引明細（当期/すべて）」は、過去に何を、いくらで購入してもらったか、それは現金か、売掛か、クレジット販売か、などが表示される。「商品保有明細」は、手持ちの家電品。これらの画面を見ながら、電話で応対することで適切な顧客応対ができ

「顧客マスター」画面の項目は実に多い。初めて「羅針盤」の「顧客マスター」画面を見た電器店は、一様に驚くという。同時に「こんなにた

確かに顧客の基本情報（氏名・住所・郵便・電話・携帯番号）以外の関連情報、「顧客写真」「勤務先」のほか「メールアドレス」「居住住宅状況」「親権者」や「保証人」「紹介者」、あるいは「カード会社」「取引金融機関」など詳細な情報項目欄が並んでいる。現在の売掛額や1年間の購入（売上）額、取引回数、最新の購買時期といったRFM分析のベ

「顧客マスター」画面の右上に、「売上」「見込」「営業」「保有」「家族」「拡張」「地図」「設定」、合わせて8つのクリックボタンがある。

顧客から電話がかかって来た時、「顧客マスター」画面といっしょに「取引明細（当期/すべて）」「商品見込み情報」「約束事項/営業情報」「商品保有明細」「顧客ご家族一覧」「拡張（覚書/メモ/画像）のサブマスター画面を瞬時に自動表示させることができるが、あらかじめ、どのサブマスター画面を表示するかを「設定」しておくこともできる。

「顧客マスター」画面の右上に、「売上」「見込」「営業」「保有」「家族」「拡張」「地図」「設定」、合わせて8つのクリックボタンがある。

「羅針盤」の魅力を探る

でもA地点の着信電話の顧客情報をB地点でも表示ができる、など凄いCTI機能を搭載している「羅針盤」の、大きな特長だ。

「顧客マスター」画面の項目は実に多い。初めて「羅針盤」の「顧客マスター」画面を見た電器店は、一様に驚くという。同時に「こんなにた

確かに顧客の基本情報（氏名・住所・郵便・電話・携帯番号）以外の関連情報、「顧客写真」「勤務先」のほか「メールアドレス」「居住住宅状況」「親権者」や「保証人」「紹介者」、あるいは「カード会社」「取引金融機関」など詳細な情報項目欄が並んでいる。現在の売掛額や1年間の購入（売上）額、取引回数、最新の購買時期といったRFM分析のベ

「顧客マスター」画面の右上に、「売上」「見込」「営業」「保有」「家族」「拡張」「地図」「設定」、合わせて8つのクリックボタンがある。

顧客から電話がかかって来た時、「顧客マスター」画面といっしょに「取引明細（当期/すべて）」「商品見込み情報」「約束事項/営業情報」「商品保有明細」「顧客ご家族一覧」「拡張（覚書/メモ/画像）のサブマスター画面を瞬時に自動表示させることができるが、あらかじめ、どのサブマスター画面を表示するかを「設定」しておくこともできる。

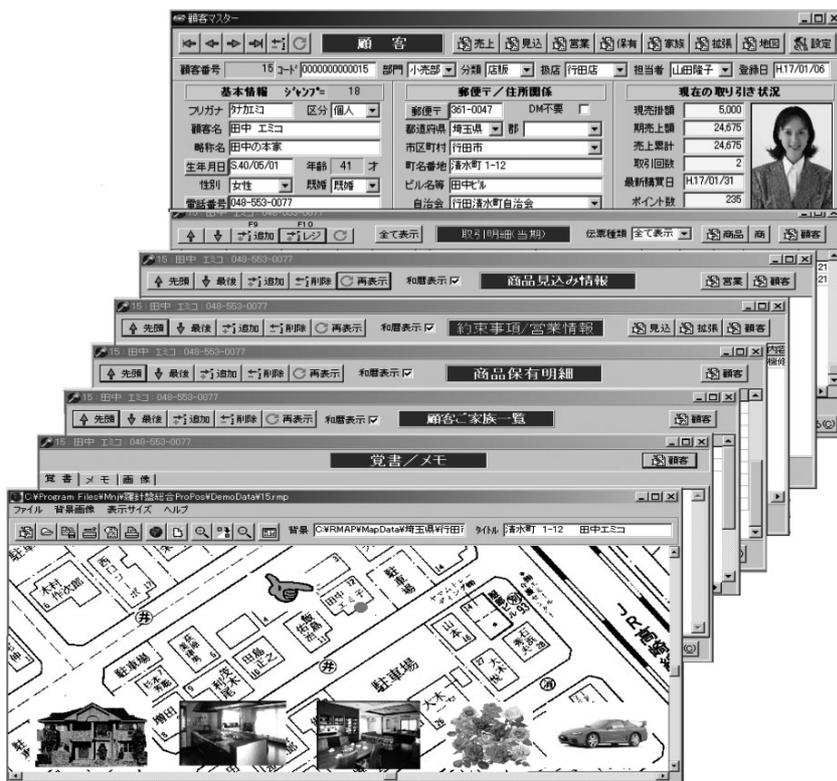
多くの「羅針盤」ユーザーの電器店が自動表示設定しているサブマスター画面は「売上」の「取引明細（当期）」と、「保有」の「商品保有明細」だ。

「取引明細（当期/すべて）」は、過去に何を、いくらで購入してもらったか、それは現金か、売掛か、クレジット販売か、などが表示される。「商品保有明細」は、手持ちの家電品。これらの画面を見ながら、電話で応対することで適切な顧客応対ができ

「羅針盤」の魅力を探る

中には「地図」や「拡張（覚書／メモ／画像）」を自動表示するように設定するユーザーも多い。
用途に応じて地図を使い分ける

「地図」は機能が「Rマップ」「マ



電話着信とともに自動表示されるサブマスター画面

ップイン」「アトラス」の3種類ある。「Rマップ」は近場の表示、「マップイン」はエリアマーケティング、「アトラス」は道路地図と、それぞれ特徴があり、目的の応じて使い分けすることができる。

「Rマップ」は、地図上に画像やメ

モ書を貼り付けることができるのが特徴だ。市販の住宅地図をスキヤニングして顧客の所在地の地図を取り込み、（注：自店営業エリアの住宅地図をページごと一回スキヤニングするだけで営業エリアの全登録顧客の地図が表示される）その上に納品した商品の設置場所などの写真などの画像／メモ書を貼る。

「マップイン」は、顧客を様々な条件によって色分けして地図上で分布を見ることが出来る。「アトラス」は市販の道路地図ソフト「プロアトラス」が入っていると、「羅針盤」が連動して住所から地図上に所在地を表示する。最新の道路地図ソフトは精度が高く、顧客の場所は「アトラス」で特定し、画像管理は「Rマップ」で、といった具合に使い分ける電器店が多い。

白紙の「地図」に写真で情報管理

「Rマップ」の機能を利用して、写真データで保管することができる。白紙の「地図」の上に、設置した製品の場所や状態をデジタルカメラや携帯電話のカメラで撮影した映像を張り、顧客情報として管理すると、顧客からメンテナンスの依頼があっ

た時など、現場を経験していない人でも状況を理解しながら対応できる。

便利な「覚え書き」「メモ」

次に「拡張」。「メモ」「覚え書き」「画像」と、三つある。顧客からのクレームや相談や商談事項など先々覚えておきたいことを、記録しておきたいときに書き込めるフリースペーすが、意外に重宝する。「この情報は、どこに保管しておこうか」という時、入れ物に事欠かないのが、「羅針盤」の特徴だ。

使い方は自由。店独自の経営に対する考え方によって、その利用の仕方は様々だ。顧客と偶然会って立ち話をした内容など、ごく身近な情報を書き込んでおくユーザーが多い。どんなことでも、顧客の情報であり、コミュニケーションの材料になるからだ。

「覚え書き」は手軽に書き込み、「メモ」は大切な箇所の文字の大きさを変え、色をつけて強調することができる。「覚え書き」はテキスト、「メモ」は文字サイズや文字色の変更など自由選択でワードの感覚だ。

但し、両方を使うと、煩雑になる。どちらに書き込んだのか、探すのに

「羅針盤」の魅力を探る

手間取るといけないので、どちらか使いやすい方に固定した方がいい。「画像」には写真データを1枚、貼ることができる。

バースデープレゼントに便利

サブマスター「家族」の「顧客ご家族一覧」画面には、氏名、性別、続柄、生年月日、職業、など家族の情報を書き込む。生年月日を入れると、自動的に年齢が表示される。月ごとの検索もできるので、顧客の夫人の誕生日にカーネーションを届ける「奥様バースデープレゼント」などのサービス活動に便利だ。

他店購入品の情報も入力

サブマスター「保有」の「商品保有明細」は、顧客が持っている家電製品を情報管理しておく、販促には欠かせない大事な顧客情報管理のペーシだ。しかし、自店で販売した製品の場合、「保有」ボタンを押してペーシを開いて書き込むことはほとんどない。「売上げ伝票」の欄を記入すると、自動的に転記されるからだ。ここで重宝するのは、他店で購入した製品の情報を管理することができる点。納品や修理などで訪問した

時、他店から購入した家電品を目にしたら、その情報を書き込んでおく。品目、メーカー名、おおよその購入時期（製造時期）を記録しておく、「10年経ったテレビの保有者」といった検索で見込みリストに載ってくる。

顧客との約束が営業日報に連動

サブマスター「営業」の「約束事項／営業情報」は、顧客との「約束事」を記録しておく。「修理に来て欲しい」といった電話注文など、身近なことを書き込んでおく。そうすると、「営業日報（朝の出力で本日の作業予定表として・業務終了後は営業日報となる）」と連動して日々の行動計画を立て、残務を確認するのが便利だ。

例えば、7月14日の午後3時に「17日の午前中にテレビの修理に来て欲しい」という電話を受けた場合、「営業」のサブマスターを開くと、自動的にその時刻が記録され、その顧客の「営業」欄に「7月17日午前、テレビ修理」と記入すると、7月16日の「営業日報」の「明日の予定明細」欄に「7月17日午前、テレビ修理」と載って来る。

当日の仕事の予定を組む「営業日

報」には、この「明日の予定明細」だけでなく、「残務」の欄もある。

よくあるケースだが、予定した仕事が終わらなかつた時、「残務」の欄に載る。工事が予定通り終わらなかつた場合や売り掛けの回収に行つたものの、顧客の都合で「明日にして欲しい」と言われたなど、予定当日が過ぎると、すべて「残務」の欄に載る。そのようにして「早めに処理して下さい」とメッセージを発する。

この「予定」と「残務」は、「羅針盤」の「営業日報」機能が持つている、優れた使い勝手だ。

長期保証に生かせる機能

これを応用すると、購入後の一定期間、メンテナンスをサービスする3年保証、5年保証などの長期保証をやる場合、保証期間が切れそうになつた顧客にタイミングよくアプローチすることができる。1カ月前に「翌月、保証が切れる顧客」を条件検索すると、一覧になつて表示されるので、計画的に保証延長や買い替えの提案、調子伺いができる。

サブマスター「見込」の「商品見込み情報」は、「今度のボーナスでテ

レビを買い替えたい」といった見込み情報を得た時、予定日付や商品、5段階（見込み度は自由設定できる）の見込み度を記入しておく、見込み情報を検索する時に役立つ。

サブマスター「売上」を次号で

「羅針盤」は、極めて膨大な切り口から見込客を割り出す条件検索機能、特に、絞り込み検索機能が大きな特徴のひとつだ。

こよなく「羅針盤」を活用して事業を伸ばすユーザーの一人、トスコ宮野店（愛知県稲沢市）の宮野剛至店長は「羅針盤の魅力は、何と言っても検索能力の凄さ。検索する切り口は縦横無尽。かゆいところに手が届くように検索できるので重宝している」と語る。「羅針盤」の検索能力については、次号以降で詳しく紹介す。

「羅針盤」の構造は、きわめて奥が深い。「顧客マスター」の7つのサブマスターの中でも、「羅針盤」ユーザーの電器店が日常、身近に活用しているサブマスターから、入り込んで見たが、「顧客マスター」の柱となる「売上」について、次号で紹介する。