

力を入れているオール電化の販売にも重要な役割を果たしている『羅針盤』

「羅針盤」の魅力を探る

電器店経営情報総合管理システム

「羅針盤」の魅力を探る

親子二代の経営を支える貴重な戦力

—— カシワギ電機（金沢市）に見る導入事例 ——

カシワギ電機（金沢市押野3-49、柏木信二社長）は親子二代が力を合わせて顧客との信頼関係を守り抜く堅実な商売を展開している。今、同店の経営を支えるのが、「羅針盤」だ。導入して1年半。顧客情報こそ財産とされる地域小売店にとって、貴重な戦力になっている。

毎日、親子の葛藤

同店は柏木信二社長と子息で営業技術担当の孝弘さん、社長夫人の外枝さんの3人体制の街の小さな専門電器店だが、固い家族のきずなで顧客の信頼を得ている。

元々、石川県七尾市を本拠地として商売をしていたが、三洋電機の系列店として昭和51年10月に現在地で開業し、今年で33年目を迎える。

孝弘さんは家業に就く以前、しばらく七尾市内にある電気工事関係の会社で働いていた。しかし、少し体調を壊したのをきっかけに実家へ戻った。

「金沢へ『強制送還』された。予定よりも早く父の店へ入店することになり、以前努めて

いた会社に申し訳なく感じたのを覚えている」と笑いながら当時を振り返る。

入店から12年が過ぎた今も、父親である信二社長とは衝突、衝突の繰り返し。「けれど商売が甘くないことは幼い頃から解っていたつもり。知らないことは教わる謙虚さを失わないような心がけている」という。

そんな孝弘さんに信二社長は「創業者と2代目の考え方のギャップをいかに埋めるか、葛藤の毎日だ。しかし、若い芽を大事にした」と語り、

「羅針盤」参上、熱意を信頼

同店は現在、「羅針盤」シリーズの中の「総合販売管理Pro ver2.0」メーカー希望小売価格39万8千円、税別」を活用している。

「羅針盤」開発・発売元のメディア・ネットワーク・ジャパン（本社「東京都北区赤羽台3-1-19、電話03-3990-3561、澤田国治社長）は1月から、「羅針盤」の操作イメージの一部を紹介するホームページのサンプル画像を充実させた。本文とともに参照されたい。

<http://www.mnj2000.net/>



「羅針盤」は家族の中心にある

導入したのは2007年7月。それまで使っていたシステム（サンヨライプス）から変えようと、端末を管理する孝弘さんが3年ほど試行錯誤していた折に、インターネットで知った。

孝弘さんが資料請求をすると、すぐさまメディアネットワークジャパンからサポートを

「羅針盤」の魅力を探る



「お客さまのデータを保護するのは大事な役目」と語る柏木社長

担当する澤田孝道さんが店を訪ね、システムを体験させてくれた。

キメ細かく説明してくれる熱心さに感動した孝弘さんが「わかった。信頼するから適当

な機種を入れてって」と、「羅針盤」の導入を決めるのにさほど時間はかからなかったという。

現在、顧客数500世帯のうち、稼動顧客約280世帯の顧客情報を登録している。

チャンス逃がさない、商売の生命線

多彩な機能が装備された「羅針盤」だが、その機能の中で、まず孝弘さんが導入の決め手と判断したのは、電話が着信すると、「羅針盤」に登録してある顧客の情報を電話のベルが鳴る前に端末画面に表示する「CTI(コンピュータ) テレフォニー インテグレーション(機能)だ。

「羅針盤」を導入してCTIが機能するようになって以前に比べると、着信の取りこぼし件数は半分以下に減った。

「販売人にとって電話は生命線ともいうべき大切なもの。1日10本近くかかってくる電話を一本でも取りこぼせば、それだけチャンス逃すことになる。地域電器店はお客さまの家の中に入れるところが強みなので、いかにお客さまと親身になって話し、仲良くなれるかが売り上げを左右する(孝弘さん)。

また、顧客とのつき合いが長いほど、「自分のことを知っていてくれるはず」と名前を名乗らない人も多い。着信履歴から顧客名の確認ができるのもメリットだという。

「羅針盤CTI」は電話とパソコンを連結させて顧客管理ができる。メディアネットワークジャパンが開発販売している低価格のCTI(コンピュータテレフォニー インテグレーション)機能だ。

「羅針盤」は、社内外のあらゆるチャネルから収集された情報を一元的に管理し、企業のフロントオフィスで、直接顧客と接する営業サービス・コールセンターなどの担当者にリアルタイムで情報を提供する。それは、「羅針盤」が顧客対応の迅速化を図ることを特に重視しているからだ。

流通業をはじめ、どの業界も今や、顧客志向のCRM(カスタマーリレーションシップマネージメント)情報システムを応用して顧客と長期的な取

引関係を築く経営手法)の構築が急務とされる。

CTI機能は、時代に即応した情報武装化で企業や小売店の経営を維持・発展・成長させる上で欠かせない。しかも、「羅針盤」のCTI機能は「ダブル」登録してある顧客情報と、全国4千万件の電話番号

【羅針盤のCTI機能：その特徴】

号データ(オプション)から情報を画面に呼び出すダブルCTI機能を搭載。ナンバーディスプレイ表示機能にも対応している。

そのため、電話を取らずに端末のパソコン画面で電話をかけてきた相手が分かり、電話を取らずに、

電話の向こうが見える。

ダブルCTI受信をPCサーバー1台&クライアント7台まで活用できる機能が搭載されていて、顧客管理と見積・受注・売上から商品・在庫・仕入・買掛・リサイクル管理までの一貫した管理ができる。

ナンバーディスプレイ表示対応機能(掛録)は登録されている電話番号リストに従って、次々に電話を掛けていき、顧客1件に対して最大6つの電話番号を登録することができる。登録件数はパソコンのハードディスク許容範囲まで可能。Onlineがインストールされれば、簡単に連結操作できる。面倒な配線や設定は不要。自動メッセージ発信機能、通話録音機能も搭載している。

「羅針盤」の魅力を探る

売上管理を行う中で重要しているのが、自店の販売のテンポに合わせて請求書の発行ができる点だという。

「羅針盤」には、いわゆる請求書の締め日という縛りがなかったため、必要なときに必要な部数を発行することができる。例えば、リフォームなど納期が2、3カ月に渡るケースなら、期間中の追加注文や商品変更といった要望に応えつつ請求書発行ができる。そのほか、集計が日単位で設定できるため、一昨年のデータと比べられるのも特徴。

「去年の今頃誰に何を売ったかが分かれば、



「羅針盤の機能を使いこなしたい」という孝弘さん

販売のテンポに合わせて請求書発行

DMもよりピンポイントに打てる。これは販促に大いに活かせる点だ」（孝弘さん）。

販売に欠かせない保有製品の情報

さらに、主に用いているこれら売上管理の機能に加え、より重要なのが販売に欠かせない顧客の保有商品や保有年数の情報の活用。現在それらのデータ入力をコツコツと進めている。

「販売で最も手がかりにしているのが、顧客が何という商品を何年使っているかということ。最近では製品の不備からメーカーがリコールもかけるので、対象商品を一覧表にできるので便利」と柏木社長。

見込み客の絞り込みに活用

さらに、力を入れているオール電化の販売にも「羅針盤」は重要な役割を果たしている。「見込み客が灯油やガスを何年使っているか、その家の築年数は、といった細かい情報こそが重要になってくる」と、孝弘さんは今後、「羅針盤」の機能を活用して見込み客の絞り込みに直結させようとしている。

「使い勝手がよくなり、満足」

今後は、「羅針盤」のもつ、より多くの機能を使いこなしたいと意欲的だ。売上入力を担当する外枝夫人は「これまでより使い勝手が

よくなった。1枚から出力できる専用プリンターも便利です」と満足の様子。

「パソコンを初めて手にしたのが20年前。当時に比べて、はるかに便利なシステムを活用できる世の中になった。パソコンはボタン一つで情報が取り出せるのが長所。そして大事なお客さまのデータを保護するのも、私たちの大事な役目」と、情報管理はしっかりしたいと語る柏木社長。

孝弘さんは「今は、いわゆる、団塊の世代」と言われる、目の肥えた世代の要望にこたえて販売をしなければならぬ時代。お客さまの信頼を得るには、詳細な情報が求められる」という。そのためのツールとして「羅針盤」を役立てていく考えだ。



カンフギ電機の子息、孝弘さんが見込み客の絞り込みに直結させようとしている「羅針盤」の機能が「絞り込み検索」だ。「羅針盤」が持つ数々の搭載機能の中でも、直接売上増につながる機能としてユーザーに活用されている。

「羅針盤」の「絞り込み検索」は、顧客の蓄積データを元に行うRFM顧客分析の結果から得られる顧客ランクをベースに多重条件を絞り込んで見込み客を的確に探し出す。

ある商品売りたい時、見込客リストは欠かせない。小売業向け経営ソフトなら顧客データを元に見込客リストを出す機能は「あって当たり前」だが、

売上増に直結する「絞り込み検索」機能

問題はRFM分析機能。RFM分析が正しくできなければ、顧客を科学的、数学的に分析してランク別に分け、「成約率が高い、的確な見込み」を割り出すことはむずかしい。

「RFM分析」は、誰が一番最近買いたい物にきた顧客か、頻繁に来店する顧客は誰か、一番お金を使ってくれている顧客は誰か、という3つの側面から、自店にとっての優良顧客は誰かを見極める分析手法だ。

「羅針盤」の「RFM分析」は、顧客一人ひとりを、R（最新購買日）＝いつ買ったか、F（累計購買回数）＝どのくらいの頻度で買っているか、M（累計購買金額）＝いくら買ってくれているかにつ

いて数値化する。この3つの指標の数値に「羅針盤」独自に重み付けした上で合算して、一人ひとりの顧客について数学的数値の5段階評価（A・B・C・D・E）ランキングを作成する。

例えば、「RFM分析」結果の指標数値で「R」が5、「F」が5、「M」が5の上位顧客の数値は「555」となり、最近、何度も、たくさん買ってくれている「Aランク」の「最優良顧客」と判断することができる。

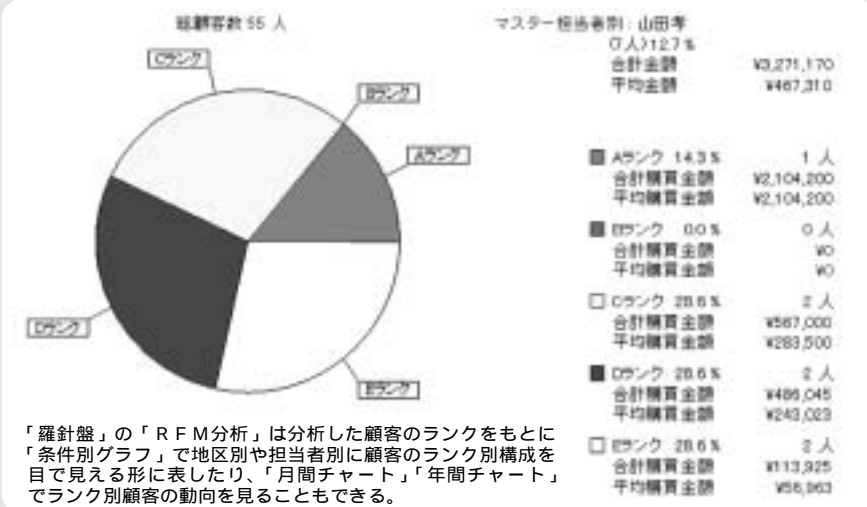
反対に数値が「111」の顧客は、ほとんど期待薄が薄く、「顧客」と言えるかどうかも含めて考える必要がある。しかし、ランク上ではそうなるが、そこにある項目の分析を加えることにより、「羅針盤」の「RFM分析」でしか得られない顧客の「姿」が見えてくる。

「羅針盤」の「条件検索」や「絞り込み条件検索」の機能が優れているのは、「RFM分析」によって得られる科学的かつ合理的な分析結果をベースにして、多彩な多重絞り込み条件設定により、「成約率が高い、的確な見込み」を得ることができることだ。

例えば、「37型以上の薄型テレビ」を見ている顧客にBDレコーダーを勧めたい」という時、検索する条件は「薄型テレビ」・「37型以上」の購入客、その中から「BDレコーダー」を持っている顧客を除く、など、条件を追加して、「テレビの購入時期」・顧客の住所（地域）「趣味」など、さらに絞り込む。このように、「である」「や」「でない」など、条件の肯定や否定ができる機能が「羅針盤」の「条件検索」の優れた点だ。

こうしたことが、「羅針盤」の検索機能は、切り口は

縦横無尽。いろいろな角度から絞り込み、かゆいところに手が届くように検索できるので成約のヒット率が高い」（愛知県稲沢市のトスコみやの、宮野剛至店長）と、「羅針盤」を使う販売店から高く評価されている。



「羅針盤」の「RFM分析」は分析した顧客のランクをもとに「条件別グラフ」で地区別や担当者別に顧客のランク別構成を目で見える形に表したり、「月間チャート」「年間チャート」でランク別顧客の動向を見ることがもできる。