

# 元ナショナルショップ地域では名前の売れた老舗 ナショナルVシステムから羅針盤へシステム変更 情報の一元化、高効率化経営への実現に挑む！

「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

—— 松下電商（鹿児島県さつま町）に見る導入事例 ——

### 信頼できる「羅針盤」で 小回りのきくスピード対応

松下電商（鹿児島県さつま町宮之城屋地1592 5、松下正隆社長）は、地域の魅力は何かを問い続けた結果、「値」ごころ感のある価格に加えて小回りのきくスピード対応、徹底した面倒見のよさを実践することだ」と、一昨年10月にアトム電器チェーンに加盟。それに先だって徹底した顧客管理を行うために12月16日に羅針盤導入に踏み切った。電話の着信と同時に端末に顧客の氏名が出て、お客さまを確認してから話ができる。「信頼の度合いが違う」と正隆さんは、胸を張る。

#### 小回りの良さが自慢の一番店

同店は、今年で創業41年の老舗。父親の正人さんが地域店の原点であるアフターサービスを守り、面倒を見続けてきた小回りのよさが自慢の地域一番店だ。

電器店経営に取り組んで6年目の正隆さん、真弓夫人、男性アルバイトの3人体制で運営しているが、一戦から退いたと言え、正人会長夫妻も時にはDM配りなど若い後継者を支えている。同町は、鹿児島県北部に位置する「竹林の里」で、農林業が基幹産業の町。人口

2万5600人、世帯数は10249世帯。

正隆さんは、もともと電気工事が専門で、隣町で電気工事業を営み、仕事の傍ら家業の電器店の配達やエアコン工事などを手伝っていた。

同店は、元ナショナルショップ（現在はパナソニックショップ）で、地域では名前の売れた老舗。店舗は50平方メートルの小さいが、ピーク時は1億円の年商を誇った実力店。

両親が一線を退くことになり、正隆さんが後継者宣言した。「両親が長年かけて築いてきた顧客を路頭に迷わせたくない」という思い



創業41年目の松下電商の店舗

「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 3906 3561、澤田国治社長）のホームページでは、「羅針盤」の操作イメージの一部を紹介する充実したサンプル画像を掲載している。本文とともに参照されたい。

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

## 「羅針盤」の魅力を探る



今後の活用に期待が高まる松下電商の羅針盤

からだった。  
「小さい頃から両親が日曜も祝日もなく、それも朝早くから晩は遅くまで、ご飯を食べる時間も惜しんで仕事をしてきた姿を見てきた。だから、本当は電器店の経営は継ぎたくないかった。しかし、自分のお店は多くのお客さまに支えられて商売をさせてもらい大きくなった。私たちがそのお陰で大きくなった」。いろいろ考えると、「必然的に」後継ぎを考えるようになっていた。

### 的確で迅速な対応に感激、即導入

同店の顧客数は1300世帯。招待状配布枚数は1000世帯だが、実質稼働顧客数は、その半分の約500世帯。

アトムチェーン加盟により、ナショナルショップ時代に導入していた顧客管理システムが使えなくなった。「何か似たようなシステムを」と模索している時に、「羅針盤」のことを知り、メディアネットワークジャパンに相談した。

東京からサポート役の澤田孝道さんが駆けつけてくれて、すぐさま対応してもらえた。「その確で迅速な対応に感激、即導入を決めた」と正隆社長。データの保存・入力からシステムの設置・稼働まで全く間を置かず的確な対応をもらった。

### 外から見た目で方向転換を決意

アトム電器チェーンに加盟したのは、一昨年4月。電気工事店を経営、外から電器店経営を眺めてきた経験が方向転換を決めさせた。「お客さまの立場になると、どうしても量販店の時代。地域店は価格が高く、どう見ても魅力を感じられない。お客さまが一番魅力を感じている価格に視点を合わせて売るには、チェーンしかない」と、方向転換の一大決心をしてアトムチェーンの本部に資料請求を行



工事が得意なだけに、充実したエアコンの展示

い、加入を決めた。

経営を引き継いだのを機に店舗力を高めようと、店内展示を見直し展示する商品数も増やした。それだけでは地域店の魅力が発揮できないと、アトムチェーンへの加盟を決断。大型量販店時代に対応して値ごろ感を出せる店への転換を図った。

「外部から冷静にお店の経営を見てきたことがアトムチェーンへの加盟に入るきっかけ」と正隆さんは断言する。

### お客さまの顔が見えるシステム

正隆さんが、店の経営を引き継いで一番頭を悩ませたのは、両親のように電話の声で即座にお客さまの顔が浮かばないことだった。受話器を取るだけで、相手（お客さま）がわかり、即、世間話に入れる両親が羨ましく映

## 「羅針盤」の魅力を探る



店舗も広くなり、展示品も豊富な店内

その電話のやりとりには、長年培った信頼関係があり、「片手間でやってきた自分には到底真似はできない」と脱帽するしかなかったからだ。

そうしたことから、多彩な機能が整備された「羅針盤」の中で、導入の一番の決め手となったのは、優れた顧客管理機能、そして電話の着信と同時に「羅針盤」に登録してある顧客情報が、ベルが鳴る前に端末画面に表示される「C.T.I（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション機能）」だった。

### 着信履歴からもスムーズな対応

正隆さんは強調する。「羅針盤を導入し、C

T.I機能を使えるようになってから、お客さまの着信の取りこぼし件数が減り、お客さまに迷惑をかけずにすむようになった。1日平均にすると10件程度は電話がかかる。この電話は、地域店にとって、生命线。着信履歴からも連絡がスムーズに取れるようになり、信頼感が増すようになったのが、メリット」。

信頼関係の厚い顧客からの電話に「どなたさまですか」と聞くのが一番失礼に当たる。「それだけは絶対に避けたいと思っていただけに、羅針盤の導入で、最大の課題が解決できた」と、正隆さんは自慢する。

### 商売のテンポに合わせて請求書発行

このほか、羅針盤には、RFM分析など多彩な機能が装備されているが、まだ導入したばかりで使いこなしていない。それでも売り上げ管理を行う中で重要しているのは、自店の商売のテンポに合わせて請求書の発行ができる点。

羅針盤の操作は、もっぱら主に店にいる真弓夫人の仕事で、「顧客のランク分けや絞り込み検索など、すばらしい機能があるが、まだ十分に使いこなせない。一つひとつ確実に覚えて、導入メリットを出せるようにしたい」と、勉強の毎日だ。

正隆さんは、店の経営を引き継ぐ際に決意したことがある。それは、「これまでやってき



「羅針盤」で増した顧客対応に機動力を発揮する配送・設置用の車

た商売は家電店がベース。家電のお客さまを大切にすることで、常に家電製品を快適に使ってもらえるように面倒を見る」ことだ。

「家電店として創業し、今日の松下電商がある。さまざまに知恵を絞ってお客さまのために尽くす基本を変えず、お客様さまが利用しやすい店を目指したい。原点は地域専門店」と、正隆社長は語る。

## CRMを実現する「羅針盤」CTI 顧客の顔を見ながら電話応対

松下電商の松下正隆社長は「羅針盤」の顧客管理機能とともに、電話が鳴る前に顧客情報がパソコン画面に表示される「CTI（コンピュータ・テレフォニーイングレーション）」を評価する。前回、4月号で登場した金

沢市・カシワギ電機の柏木孝弘さんも、このCTI機能が「羅針盤」を導入する決め手になったと語っている。「羅針盤」のCTI機能は、どこが優れているのか。改めてまとめた。

### 販売店でも手が届くハイレベルのCTI

「羅針盤」のCTI機能は、一般固定電話・ADSL・ISDN・携帯電話・IP電話などの回線に対応し、メディアネットワークジャパンが開発した。電話とパソコンを連結させて顧客管理ができる。国内で発売されているCTIソフトの多くは大企業向けで、その機能が「羅針盤」のCTIレベルになると、300万円から500万円するものが大半だ。販売店や個人でも手が届く安価なパッケージソフトという点だけでも「羅針盤」のCTIは、ら高く評価されている。

「羅針盤」はCTIによって顧客情報



端末画面を見ながら顧客と電話対応

がパソコン画面に表示されるので、顧客の顔を見ながら電話応対ができる。ユーザーにはその点ならではの利便性がある。画面には顧客の購入履歴や保有商品から自宅の地図、約束ごと、見込み商品などさまざまな情報を着信と同時に表示することができ、つまりシステム全体が「顧客管理」「顧客関連管理」「売上管理」「商品管理」「競合・流通店価格情報」「発注・仕入」「クレジット管理」「日報」といった基本メニューにリンクしている。

その意味で「羅針盤」CTIの特徴、というよりは「羅針盤」という経営支援総合情報ソフトそのものの特徴が表れていると言える。「羅針盤」はシステム全体がリンクしてい

る点をこれまでで紹介してきたが、ここでは「羅針盤」のCTIに絞って特徴を掘り下げてみる。

### PCと同時に立ち上がる「ミニCTI」

「羅針盤」のCTIは「ダブルCTI」が特徴だ。かかってきた電話は貴重な商売のチャンスなので、「羅針盤」が立ち上がっていない時でも対応できるように「ダブルCTI」になっている。

パソコンを起動すると、「羅針盤」を立ち上げなくても「Mini（ミニ）CTI」が稼働する。着信があると、顧客情報を登録していない人の場合、あらかじめ用意されている全国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。顧客情報に登録済みの人の場合は「ミニ顧客台帳（顧客写真・氏名・住所・郵便番号・電話番号・FAX番号・メールアドレス）」を表示する。

### 新規登録マスターへワンクリック

さらに「羅針盤」を立ち上げると、マスターにあるCTIが「ミニCTI」と交代して着信情報を検索して表示する。

顧客登録してある場合は、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

「羅針盤」の魅力を探る

約束事項など)などがワンクリックで表示できるので、電話応対をしながら、関連情報を確認しつつ適切な対応ができる。

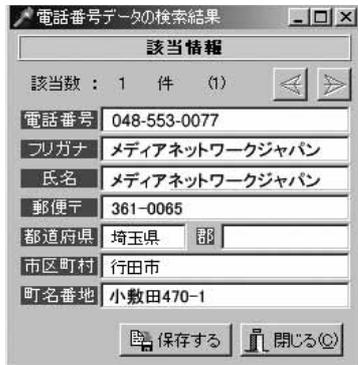
顧客登録していない場合は画面の「ミニ顧客台帳」の氏名、住所など着信表示情報をそのまま新規顧客マスターへワンクリックするだけで登録できる。いちいち顧客の氏名、住所、電話番号を入力しなくても、氏名に振り仮名をふるだけでいい。

「羅針盤」CTIは電話番号を入力して、顧客情報を画面に呼び出すこともできる。「顧客マスター」が「地図マップ」と連動しているので顧客の住所で地図が表示される。

着信履歴は大事な顧客情報

いつ、誰から、どのような問い合わせや注文、要望の電話があったか。電話受信ノートを作っておき留めておく販売店が多い。顧客の注文に迅速な対応をするために、かかってきた電話の情報を店の中で共有することが大事だ。

そこで重宝するのが、着信履歴。着信履歴は大切な顧客情報になる。「羅針盤」のCTI機能は過去



顧客登録されていない電話を表示する「ミニCTI」画面



「ミニCTI」が登録顧客を表示する「ミニ顧客情報」画面

CTIはCRMの心臓部  
前述したように「羅針盤」は7つのマスターが互いにリンクしてオールマイティの経営

にさかのぼり1カ月間または21億件の着信履歴を瞬時に見ることが出来る。さらに着信履歴を顧客データベースに反映するので、顧客情報の共有化が図られる。

携帯電話の普及によって固定電話にかかってくる携帯電話の着信数は年々増えている。携帯電話がかかってくるケースが増えるということは、顧客からのアクセスがより親密なものになることを意味する。

「羅針盤」CTIは着信履歴のデータを顧客データベースに反映させることができるので、ますますキメ細かく顧客情報を管理してCTI機能による顧客対応のレベルを高めることができる。

支援を行うが、「羅針盤」が動き始める稼働点とも言えるのがCTI。顧客管理が世帯から一人一人の顧客を重視したCRM(カスタマー・リレーションシップ・マネージメント)構築が急務とされている今、CTIはCRMの心臓部だ。「羅針盤」CTIは、詳しい顧客データを元に、一人一人の顧客とのやり取りをすべて一元的に管理することによって、商品の売買から保守サービス、問い合わせやクレームへの対応など、顧客のニーズにきめ細かく素早く対応する。そのことが、顧客の満足度を高め、常連客として困り込んで収益率を最大に高めるCRMの実現へと導く。



顧客マスター一覧表示例