

『羅針盤』を導入して1年半。初期投資はすでに回収！
CTI機能で、大企業なみのサービスを実現。テンプレート
やコピー&ペースト機能を使い大量見積書を楽々作成！

電器店経営情報総合管理システム

「羅針盤」の魅力を探る

— 日興電気野間店（兵庫県伊丹市）導入事例 —

“見積り魔”の右腕として 商売の生命線を守る「羅針盤」

全国の電器店に活用されている経営情報総合管理システム「羅針盤」。経営者の方針と連動して、より強みを発揮する。日興電気野間店（アトム電器伊丹野間店、兵庫県伊丹市野間北2-10-19、田中裕也代表）は、08年9月に「羅針盤」を導入した。見積りをたくさん書いて、顧客に提案することを得意とする田中代表にとって「羅針盤」は頼もしい助っ人だ。「顧客管理ソフトとしての使い勝手はもろろん、見積りを記入した時点のテンプレート、変更した時点のテンプレートがデータとしてすべて残る。テンプレートをそのまま複写することができるので、見積りのレパートリーの幅が広がり、書く枚数も簡単に増やすことができる。「羅針盤」を導入して1年半。「投資分はすでに回収した。初期投資は高いとはまったく思わなかった」という。



「家電販売は半人前」と語る田中代表

◆アルバイトから後継者に

日興電気野間店は1972年（昭和47年）に先代社長が創業。現在36歳の田中代表は1989年（平成元年）にアルバイトで入店し、

「羅針盤」の開発・発売元、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03-39906-3561、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/>

4年後に正社員に。そして、2004年、先代社長から店を引き継いだ。

現在の店舗スタッフは田中社長と男性従業員、女性パート4人（うち1人は産休中）の体制。売り場面積は約26平方メートル。年商は5千万円。物販と工事の割合は6対4。家電製品をメインに取り扱っているものの、昨今ではオール電化やリフォーム関連商品の販売も行っている。

◆生命線の顧客情報を自身で管理

羅針盤を導入したきっかけは、08年5月、メーカー系列店からアトム電器チェーンに加盟したことがきっかけだった。その半年後に「羅針盤」が稼動した。

「アトム電器に入った時点で独自の顧客管理ソフトが必要だと感じていた。『羅針盤』はメンバー店の紹介で知った。経営の生命線である顧客情報を自身で管理できることが重要だと考え、すぐにリリースでなく買い取りで導入を決めた」と田中代表は話す。

「羅針盤」の魅力を探る

以前の顧客管理システムはメーカーから提供されたものを活用していた。旧システムはPOSが中心のシステムで、店頭販売が多い店に適していたという。同店は外販がメインのため、旧システムを最大限に使いこなせなかった。

「前のシステムは1年間使っていた。パソコ

◆最大限使いこなせなかった旧システム



アトム電器の看板を掲げて3年目の店舗

ンを使いこなせなくても活用できるシステムで使い勝手は悪くなかったが、系列店以外の商品とは連動しておらず手打ちで入力していた。また、見積りも複数枚を短時間で書くには不向きな仕組みだった」と田中代表。

◆接客中は電話に出ない

田中代表は接客中にかかってきた電話や仕事の依頼には応じない。「お金を出して私の話を聞いてくれるお客様に対して、ほかの電話に出ることや他の仕事の依頼を受けることは非常に失礼だ」というのがポリシーだ。

顧客からの仕事の依頼はほとんど店の電話にかかってくる。一方、同店のスタッフは合計6人だが、店を守るパートが4人と電器店の仕事経験が浅いスタッフが大半。顧客の顔を把握していないパートが多く、電話を受けるとも顔と顧客情報が一致しないことが多いが、その点「羅針盤」は強力な機能を備えている。

◆「羅針盤」が強力にバックアップ

電話がかかってくると、相手先の顧客情報を画面に表示する。この「CTI(コンピュータ・テレフォニーインテグレーション)」機能が非常に役立っているという。

「電話を取ることが多いパートがCTI機能を使って最低限の対応ができるのは強みになる。電話依頼者の購入履歴などがある程第一

線の従業員に伝えることができれば、早急な対応が可能になる。小さな店で大企業に匹敵するサービスの提供ができる。これらの取組みは顧客との信頼関係を今まで以上に強くできる」と田中代表は語る。

伊丹市野間地区は同じ苗字の家が非常に多い地区。苗字だけでは、正確に相手を特定できないことが多い。電話をかけてきた人は苗字を名乗るが、名前は名乗らないことがほとんど。それだけに、苗字、名前まで表示できる「羅針盤」のCTI機能が非常に重宝するという。

◆見積り1枚、5分で完成

田中代表は自他共に認める「見積り魔」。「顧客にたくさんのお手紙を渡して、その中で商品を選んでもらいたい。後々のクレームにもつながりにくい」。このような思いから顧客1件に対して3、4パターンのお見積もりを書くという。

「羅針盤」は見積りの記入、変更のテンプレートデータをその都度記録して残す機能を搭載している。旧システムでは、変更したデータそのものしか残らなかった。この「羅針盤」の機能を活用することで複数枚の見積りを書くことが非常に楽になったという。製品情報などを省けば1枚の見積りを書く時間は5分程度と短い。マウスを数回クリック操作する

「羅針盤」の魅力を探る



見積り作成などフル稼働の「羅針盤」

だけで見積書のコピー、ペーリストができる。短時間で幅広く見積りを書くことができるようになった。

◆オール電化など見積りの書き換えに便利

見積書のテンプレートデータを都度ごとに残せるので、「前に提案してもらっていた〇〇の商品が欲しい」という顧客のニーズにも素早く対応できる。

「例えばテレビとエアコンを見積書で提案し

て『今回はテレビだけ購入』という場合に、エアコンの見積書の履歴が残っていれば、後々『エアコンが欲しい』と言われても素早く対応できる。また、見積りの書き換えが多いリフォームやオール電化など工事が絡むものに関してもテンプレートデータを活用できれば変更箇所などを履歴として残しておく。相見積り、提案の1年後の成約に対しても役立つ」。

◆修理時やリコールの対応に大活躍

コピー、ペーリスト機能は顧客購入履歴にも適応するが、プレゼント対応や法人、個人の所有移転にも楽に対応できるという。

「孫にテレビを購入したいと思っている顧客に対して購入商品などの情報をコピーできればお孫さんの住所と名前だけを記入するだけで所有の移行が簡単にできる。法人で購入して、後々個人に所有権を移す場合でも素早く情報を転記ができる。修理時やリコールの対応に大活躍」。

◆生かされた旧システムの使い勝手

システムの導入に伴うデータの移行は「羅針盤」の開発・発売元であるメディア・ネットワーク・ジャパンに一任した。旧システム時代に独自に付けていた顧客ナンバーも「ナンバー通りに配布物を配っていた順番を崩し

たくない」という田中代表の希望をかなえてそのまま新システムに移行された。

パソコンも新たな機種を入れた結果、初期投資は大きくなったが、システムを最大限に活用して売りにつなげ、投資分は回収できたという。

「顧客データは商売の生命線。顧客の履歴はもちろん、ご無沙汰客の再開拓にもつながる。20〜30年前から蓄積し、昔から活用していた顧客データを新しいシステムにそのまま移すことができたので、大変助かった。端末も入れ替えた初期投資は決して高いとは思わない」と田中代表。

◆30年で一人前。「羅針盤」が下支え

自身でパソコンを組み立てることができるほどパソコンを熟知する田中代表。「羅針盤」の使い勝手は非常に良い。パソコン玄人受けするシステム」と評価する。今後は初心者を含む従業員全員が「羅針盤」を簡単に使えるように指導したいと考えている。

田中代表は「家電業界に入って21年目を迎えるがまだまだ半人前。30年ぐらい仕事を経験して一人前になると考える。その下支えとなるのが顧客情報。情報を蓄積することは、顧客との信頼関係が太くなる証拠。『羅針盤』を活用して信頼づくりに努めたい」と抱負を語った。