

# 家電販売店向けの顧客総合販売管理ソフト「羅針盤」の機能

## 一見性を重視した顧客情報画面 7つのサブマスターで営業管理も



### ここがポイント!

- 取引情報がひと目でわかる。一見性を重視した顧客情報画面
- 顧客マスターと密接にリンクした「サブマスター」を搭載
- 入力項目を多く設けてさまざまな条件検索に対応

メディアネットワークジャパン(東京都北区・03-3906-3561)の地域電器店向け顧客販売管理パッケージソフト「羅針盤」の機能をシリーズで紹介している。前回は、ナンバーディスプレイと顧客情報をリンクさせた「CTI(Computer Telephony Integration)機能」を解説した。CTI機能は、お客からの電話が鳴る前に、そのお客のデータが自動的にパソコン画面に表示される機能である。登録してある顧客情報と全国4,100万件の電話番号データから情報を瞬時に画面に呼び出せるというものだ。今回は、そうしたCTI機能などでパソコン画面に表示される、顧客マスター(顧客台帳)について説明しよう。

### 情報の重要性を考慮し入力箇所を多項目設け 顧客情報の一見性を重視した画面

羅針盤の基本的な構成に、相互にリンクする7つのマスター(台帳)がある。「顧客」「顧客関連」「商品」「発注仕入先」「クレジット」「社員」「店舗」の7つだ。そのうち羅針盤ユーザーが高頻度で

活用するマスターのひとつが、「顧客マスター」。顧客マスターは顧客データの基礎となるものだ。

顧客マスターの画面に表示される項目は顧客のニーズにきめ細かく対応することができ、顧客の利便性と満足度を高め、一度の購入客が再購入してくれる、一生顧客づくりのCRM(Customer Relationship Management)システムが自動構築される仕様にできている。お客の基本情報(氏名・住所・郵便・電話番号・FAX・携帯番号など)以外の関連情報である「顧客写真」、「勤務先」、「メールアドレス」、「職業」、「趣味」、「居住住宅状況」、「親権者」、「保証人」、「紹介者」、「カード会社」、「取引金融機関」など数多くの項目が並んでいる。

また、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分析のベースになる項目もある。驚くことに羅針盤には、いつでも登録済み顧客のRFM分析ができ、その分析結果のRFM値とA~Eのランク付けができる最新機能が搭載されているのだ。

羅針盤の大きな特徴として「顧客情報の一見性」がある。画面を開いた時、1人の顧客情報を



▲「保有」から展開される「商品保有明細」画面

◀「拡張」は3つの入力項目を使い分けられる

1つの画面でパッと見て確認ができるという分かりやすさを追求した画面だ。

また、ソフトとしての「受け皿の大きさ」も大きなポイントだ。顧客情報を管理するソフトで、ユーザーが一番ストレスを感じるの、せっかく入手した情報を保存しておく項目がないことだ。

データベースマーケティングでは、顧客情報をさまざまな角度から検索し、それらの情報を絞り込み、精度の高い販促活動を展開することで成果が生まれる。情報の種類は多いに越したことはないが、保存する場所(項目)がなければ本末転倒である。入力できる項目を多く設けることで、よりユーザーが望む顧客情報を表示できる。羅針盤はソフトを使用するユーザーの立場で作られた情報管理ソフトといえるだろう。

### 顧客マスターからリンク 7つのサブマスター画面

顧客マスター画面の右上には「売上」「見込」「営業」「保有」「家族」「拡張」「地図」「設定」と合わせて8つのクリックボタンがある。これらはサブマスターと呼ばれる画面を開くためにある。

お客から電話が掛かってきた際、顧客マスター画面といっしょに①「取引明細」②「商品見込み情報」③「約束営業日報」④「商品保有明細」⑤「顧客の家族一覧」⑥「拡張(覚書・メモ・画像)」⑦「地図」などといった、7つの「サブマスター画面」を瞬時に自動表示できる。あらかじめ、どの

サブマスター画面を表示させるかを「設定」しておく電話着信および必要時に顧客マスターを開いたときに関連サブマスターが自動的に表示される優れものだ。7つのサブマスター画面には多岐にわたる先進機能が搭載されている。

まずは「拡張」である。これは「メモ」「覚え書き」「画像」の3つの入力項目欄から構成されている。お客からのクレームや相談事、商談の内容など、先々覚えておきたいことを記録する場合に書き込めるフリースペースだ。

使い方は基本的に自由である。店によってその利用方法はさまざまだ。例えば、お客と世間話をした内容など、ごく身近な情報を書き込んでおく。些細な内容でもお客とのやりとりは重要な販促情報となり、商談やコミュニケーションの材料として役立つことができる。

「覚書」はテキスト形式で手軽に書き込むことができ、「メモ」は大切な個所の文字サイズや文字色の変更など自由に選択できる項目欄である。用途や内容によって使い分けられることができる。

「画像」には写真データを1枚貼ることができる。例えば、リフォームしたお客宅の電気の配線図などを貼っておくと、後日クレームが来た場合など、電話対応中にその配線図をチェックしながら対応することが可能になる。

次に「保有」だ。「保有」の画面にある「商品保有明細」は、お客が持っている家電品の情報を管理しておくために必要な、販促には欠かせない顧客情報となる。しかし、自店で販売した商品

