

ついに大幅バージョンアップ! 次世代を見越した業務支援ツール

## 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

# 顧客特性の把握が勝敗を分かつ「条件検索」使い顧客を囲い込む



### ここがポイント!

- 電器屋経営に特化した顧客管理ツールとしてより便利に
- 文字サイズが大きく、見やすくなった
- 増える顧客関連データをフォルダで管理できる

メディアネットワークジャパン(東京都北区・03-3906-3561)の経営情報販売管理システム「羅針盤」は、情報システムを応用して顧客情報をあらゆる角度から管理・分析して、データベースマーケティング(DBM)を実践するため、顧客と長期的な関係を築く「一生顧客づくり」、いわゆるCRM(Customer Relationship Management)を構築できる地域店経営に特化したソフトだ。

数号にわたってお伝えしてきた羅針盤のバージョンアップ情報も今回がついに最終回となる。いまいちど羅針盤の魅力をひも解きつつ、これまで紹介できなかった残りの特筆すべき新機能も紹介しよう。

### 顧客囲い込みの必携ツール

顧客管理ソフトの重要性を読者はどこまで

理解しているだろうか。あらためて確認しておきたい。

顧客管理では、CRMという考え方が重要になってくる。PCなどで運用されるシステムが「CRMシステム」などと呼称される。簡単に言えば、顧客との関係を維持、管理するツールというわけである。

中でも、「市場占有率(シェア)」の拡大や縮小ではなく、お客一人ひとりの生涯の付加価値(顧客単価)を高めることがもっとも重視される。ひとりのお客から何回も継続して商品を購入してもらう「一生顧客化」が大事だ。

そのためCRMシステムでは、お客の「属性(顧客情報)」や「購入/保有履歴」などのデータベースが非常に大事な役割を果たすことになる。

つまり、店が販売する商品を「いつ」「誰が」「何を」「何個」「いくら」で買ってくれたのか。これらに関連する情報を収集・分析すること

で、長期的な顧客接点の維持や満足度を高めるといふ概念である。

近年では、さまざまな会社がこの顧客管理ツールを活用しているが、家電業界も例に漏れず、多くの家電店が何らかのシステムを導入している。



### 使い勝手が抜群 CTIとRFM分析

その中において、地域電器店経営に特化し、上記のように電器店の活動に必要な機能をすべて盛り込んでいるのが、羅針盤というわけである。羅針盤はほかの管理ソフトにはない独自の機能を備えている。CRM構築のほか、まず搭載している「CTI」機能の使い勝手の良さが挙げられる。

羅針盤のCTIは、電話コールが鳴る前に電話を掛けてきた相手の情報を自動的に自店の登録顧客情報と照らし合わせ、それと併せて全国の電話番号データベースから情報を呼び出して、瞬時にPC画面に表示する。

豊富に入力できる顧客情報欄(顧客マスター)からは、顧客の属性情報のほか購買/保有履歴、その他関連情報を管理でき、これらをお客からのコールにひもづけて当該顧客情報をPC画面に表示することが可能である。

さらに、住所情報は地図データ(Googleマップ)と連動する。電話が掛かってくると、羅針盤が顧客情報と関連させて地図も同時に表示させるといった、一覧性の良さも発揮している。

当然ながら、これらの情報は単に閲覧するだけのものではなく、顧客の購買行動・購買履歴から、優良顧客のセグメンテーションなどを行う顧客分析手法「RFM分析」にも活用される。

RFM分析とは、「R(recency:最新購買

### ● 図 羅針盤の新機能

#### ■ トップ画面の背景画像が変更



- ・ [ログアウト] ボタンとメディアネットワークジャパンのホームページリンクボタンも追加された
- ・ [ログアウト] ボタンは、ログインIDの切り替え時に押す。従業員で作業交代する時などに便利な機能
- ・ [ログアウト] ボタンを押した際、作業者を切り替えたいなら、ユーザー名(ID)とパスワードを入力して再ログインする。中止ボタンを押すと羅針盤が終了する

日)]=いつ買ったか、「F(frequency:累計購買回数)]=どのくらいの頻度で買っているか、「M(monetary:累計購買金額)]=いくら使っているか、をそれぞれの項目をクロスさせながら解析する方法である。

羅針盤の本分はここにあり、自店が抱える顧客の特性を深く把握することができる。地域店にとってまさに「伝家の宝刀」となり得る大事な分析情報だ。

逆風の家電業界にありながら、高年商・高粗利を獲得している地域店が全国には多く存在している。これらの有力ショップに共通しているのは、羅針盤などの顧客管理ソフトを十二分に使いこなし、地域と自店の顧客特性を深く知り、商圏内での存在感を高めていることにほかならない。

さて、次ページではまだまだ紹介しきれなかった羅針盤の新機能についてフィーチャーしてみたい。

## ●顧客マスターに[フォルダ]ボタンを追加

顧客マスター

顧客番号: 15 201000000000015 部門: 1 売部

基本情報: ジャンプ: 1位

フォルダ: フォルダID: 区分: 個人

顧客名: 田中 エミコ

住所: 東京都 東京都 東京都

電話番号: 03-553-0077

メールアドレス: support@mp2000.net

取引状況: 売上: 5,000

販売額: 24,875

売上集計: 24,875

取引回数: 2

最新履歴日: 12/26/12/16

ポイント数: 235

RFM1: 323

RFM2: 334

RFM3: 243

取引先: 田中 エミコ

登録方法: 通常請求

請求月: 10

入金方法: 現金回収

入金予定日: 3

検索: 検索

フォルダ

クリック

- 各顧客マスターで[フォルダ]ボタンを押すと、あらかじめ指定した共有フォルダに当該顧客のフォルダが自動的に作成される
- 工事写真、CADデータ、見積書などその顧客に関する情報をなんでも保存できる
- 従業員全員で共有することも可能



## ●パスワードを各項目ごとに設定できる

- パスワード管理で設定する項目が追加され、ログインユーザーごとに各プログラムの操作レベルを設定できる
- 権限設定できる項目は、主に以下である

売上、見込、営業、保有、家族、拡張、集計、商品マスター、在庫明細、保守、競合流通、発注マスター、発注明細、仕入買掛、クレジット、シス設定、キーコード、現金出納帳、社員、店舗

パスワード管理

登録番号	ID	パスワード	担当者	顧客	開通	条件検索	売上見込	営業	保守	家族	拡張	集計	商品マスター	在庫明細	保守	競合流通
1	Admin	Admin	山田孝	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	3	0	嶋村信一	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	0	0	山田浩二	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	0	2	嶋村信二	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	0	3	山田隆子	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
6	0	4	澤塚良枝	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
7	0	5	澤崎合子	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	0	6	澤田由紀子	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	0	7	井上憲子	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

レベル: 1:管理者 2:編集、追加、削除 3:参照のみ 4:禁止

## ●保有明細に「検索外」および「非表示」の項目を追加

編集フォーム

保有商品編集

伝票番号: 50

購入日: 2005/01/15

経過年数: 10

商品分類: ハビタシ/タビタ

保証期間: 5年

明細/摘要: TH-36D50

メーカー: ハナソニック

保証番号:

数量: 1

製造番号: ABC789456123

単価: 208,000

金額(税込): 218,400

更新年月日: / /

税率: 5%

有効期限: 2010/01/14

購入先: 自店

各番号:

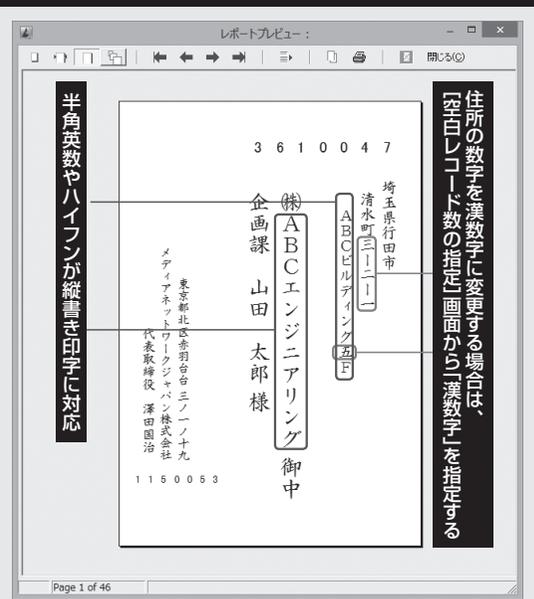
設置場所: リビング

メモ: 納品と同時にリモコ操作説明・チャンネル設定済

キャンセル 開じる(Q)

- 編集画面でチェックを付けることにより、条件検索などで検索対象外にすることができる
- 顧客の絞り込み、DMデータの精査などに便利な機能
- 非表示データも表示したい場合は、チェックを外すだけで全て表示される

## ●顧客情報から宛名を作成できる



- DMに送付する際のラベルやハガキの作成時に便利な機能
- 顧客マスターの情報をもとに、条件検索して絞り込んだ顧客の宛名を作成することも可能