



# IT時代の経営情報ソフト

～「羅針盤」ユーザー訪問～

## 見込み客を徹底して絞り込む「ヒット率」高い販促ツール

トスコ (愛知県稲沢市日下部北町1-1-4、宮野憲一社長)



販促に生かせる情報をスピーディーに抽出

「売り上げアップに妙手なし。顧客を知ることが最も有効な販促策だ」――。

5年ほど前、他の地域店に先駆けて、メディアネットワークジャパンの経営情報ソフト「羅針盤」を導入した、愛知県稲沢市の東芝系列の有力店、トスコの宮野憲一社長は販促の秘訣をこう語る。

宮野社長も含め従業員が4人という限られた人員体制の同店では、営業効率の高い販促活動をいかに実践できるかが、売り上げアップの鍵を握るからだ。

羅針盤の導入効果もあり、ここ数年の同店の売り上げは、03年度8,000万円、04年度9,000万円、05年度は1億300万円と着実に伸びている。

順風満帆に業績を伸ばしてきた大きな要素は、羅針盤によるところが大きい。

同ソフトの機能はいろいろある中で、宮野社長は特に、羅針盤の「条件検索」機能を評価している。販促に生かせる情報をスピーディーに抽出できる「絞り込み検索」が大きなポイントだという。

絞り込み検索とは、顧客の属性情報をもとに、商品別に見込み度の高い顧客をリスト化する機能。その絞り込み作業を行うのが、条件検索機能である。



▲宮野憲一社長



▲毎日、顧客マスターに情報を入力

それには、氏名、住所、電話番号、年齢などといった基本情報と一緒に、①家電製品の購入履歴(購入年月日、購入金額、累計の購入金額など)、②修理・ソフトサービス履歴、③個人情報(家族構成員の誕生日や趣味、新築・リフォームの予定、家族の進入学、独立、結婚、出産)――などの情報をデータベース化する機能がある。

それらの情報をベースに見込み客の絞り込み作業を行うのだ。例えば、エアコンの販促では、①の家電製品の購入履歴や②の修理・ソフトサ



▲奥様も簡単に顧客情報を検索

ービス履歴を検索し、買い替え期を迎えたユーザーや過去数年間、エアコンクリーニングの依頼があったユーザーをリストアップする。

ユーザーをリストアップしたら、次はエリア別に再度、絞り込み検索を行う。「見込み客を効率よく訪問する」ためだ。



クライアント3台  
サーバー1台で活用

この「条件検索機能」は戦略的なマーケティング活動にも使える。一例を挙げると、RFM分析から見込み度の高い顧客を検索し、販促に生かす活動も可能である。

RFM分析とは、顧客の購買行動や購買履歴から見込み客をリストアップする顧客分析手法だ。Recency(最新購入日、お客が最近購入したのはいつか)、Frequency(累計購買回数、どの程度の頻度で購入しているか)、Monetary(累計購買金額、どのくらいお金を使っているか)の3つの英単語の頭文字を取っている。

この3つの指標による多角的な視点で、最適な見込み客を抽出するのである。

簡単にいえば、最近、何回も多額のお金を使ってくれるお客が優良客ということになる。

こういった顧客のリストアップは、①-③などの属性情報と組み合わせれば、簡単にできるのである。

「羅針盤の顧客マスターには1,000世帯を登録している。それらの情報をそのまま使っても、



▲家電修理客や工事客も多いトスコの店舗

販促には役に立たない。販促に使える情報にするには、いろいろな条件を入れて絞り込む必要がある。その点、この情報検索機能は使いやすくして重宝している」。

宮野社長は羅針盤を採用した理由を次のように話している。

「メーカー系の経営管理ソフト、地域店向けの市販のソフトなど、いろいろ試してみたが、結局、羅針盤には及ばなかった。羅針盤の良さはソフトとしての懐(ふところ)の深さ。条件検索機能を一つとっても、絞り込み検索は何万通りもできる使いでのある機能だ。

われわれ地域店は量販店と違って、価格でも品ぞろえでも到底かなわない。もし、かなうものがあるとするれば、販売でもサービスでも顧客を徹底してフォローする活動だ。

そういった点では、顧客マスターに顧客の属性情報を入れておくだけで、販促やサービスのタイミングを逃さず教えてくれる羅針盤の存在価値は大きい」。

同店ではサーバー1台、クライアント3台を使って「羅針盤」をフル活用。「顧客情報はお店の宝。それぞれ自分のパソコンでいつでも顧客データを入力できるようにしている」という。

メディアネットワークジャパンの「羅針盤」の詳しい内容やソフトに関するご質問は下記までお問い合わせ下さい。

☎03-3906-3561