

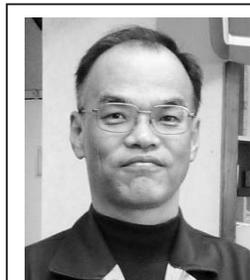


ノウハウ最前線

複数店舗の
情報共有化

若手社員のために新規出店「羅針盤」のVPNが大活躍

アトム電器 尼ヶ辻店は、09年10月10日に支店となる西ノ京店を新規出店した。10年以上働く2人の男子社員が、将来、各店の店長になることを期待した西岡清社長の決断である。そんな2店の経営を下支えする「羅針盤」では、画期的な「インターネットVPN」が大活躍。2店の緊密な情報共有でサービスの差別化につなげる。



アトム電器
尼ヶ辻・西ノ京店
西岡 清 社長

所在地	奈良県奈良市
年商	約1億円(2店)
粗利率	約35%(2店)
店舗	10坪、15坪
顧客数	約1,200世帯(2店)
従業員	7人(うちパート2人)
系列	アトム電器チェーン

ドミナント出店で 顧客の利便性向上

「まだまだ家電店が魅力のある業態であることを示していきたい」——。アトム電器 尼ヶ辻店の西岡清社長の思いは熱い。若い人が地域のお客の面倒を見ながら生き生きと働く。そんな明るい家電店の未来像を自ら示していきたいという気概を持っている。

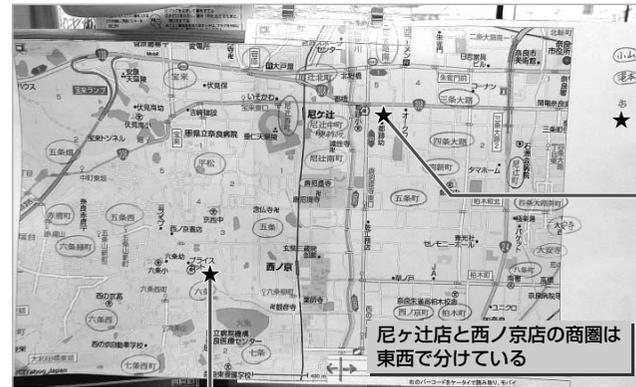
実際、西岡社長が昨年10月10日に西ノ京店を新規出店したのも、勤続10年以上になる小山さんと滝本さんの将来を考えてのことだった。後継者難で悩む地域店が多い中、子息や親族でもない社員に、ここまで考える社長がはたしてどれだけいるだろうか。

そもそも、支店を出店という話すら、最近では珍しいことである。

そんな西ノ京店は、好立地だ。もともと酒屋だった店で駐車場がある。隣はスーパーで、店の前の道路は生活道路として交通量も多い。

「平城遷都1300年祭」の会場である平城宮跡の左側を南北に走る秋篠川。これを境に右側が尼ヶ辻店の商圈で小山さんの担当、左側が唐招提寺や薬師寺のある西ノ京店の商圈で滝本さんの担当という2店舗体制を敷く(右の写真参照)。

このように、両店の距離はとて近く、商圈の深耕を狙ったドミナント出店である。そのため、商圈を担当分けしているとはいえ、それは



尼ヶ辻店と西ノ京店の商圈は
東西で分けている



本店の尼ヶ辻店



支店の西ノ京店



「羅針盤」のVPNが
両店を結ぶ

店側の都合に過ぎない。

既存客は両店を利用したり、西ノ京店の近くに住んでいながら本店の尼ヶ辻店を利用するなど、両店の間を行き交うケースが多いのだ。

ここで大きな問題となるのが経営管理システムである。つまり、お客は本店も支店も関係なく利用するので、顧客管理データ一つとっても、両店で同じデータを共有できなければいけないのだ。

逆に、2店間での情報のやり取りが遅かったり、対応がちぐはぐだと、それはすぐに顧客離れに直結する。

顧客の購入履歴はもちろんのこと、受けた用件の進捗状況、顧客の世帯構成も完全に共有できるシステムの導入が必須となるわけだ。

ここで考えてほしいのが、そんな経営管理システムがこれまであったかということだ。量販店FCやメーカー系列でも数店でグループを組んでいるケースはある。

しかし、同じグループ店だからといって、各店

の顧客の購入履歴や属性データまで共有されることはまずないだろう。そのようなシステムはなかなかない、というよりも必要性がなかったというのが実態である。

ネット経由の専用回線 「インターネットVPN」

だが、アトム電器 尼ヶ辻店のように本店と支店となれば話は別だ。同じ顧客に対して両店で臨機応変に対応できることがサービスの差別化につながる。情報の共有化は生命線なのだ。

こんな悩みを解決するのが、メディアネットワークジャパン(東京都北区・澤田国治社長)の顧客販売管理パッケージソフト「羅針盤」で、その中の「インターネットVPN(Virtual Private Network)」を使ったシステムである。

インターネットVPNとは、インターネット回線を、オープンではなくプライベートな専用回線として利用し、情報を共有化する仕組み。

経営・販促



▲西岡清社長と社長の弟夫人の西岡正子さん

実際に、尼ヶ辻店と西ノ京店には「羅針盤」が導入されているパソコンがあり、インターネットの閲覧はできないが、両店の「羅針盤」のデータは完全に共有化されている。

尼ヶ辻店で「羅針盤」を導入したのは08年の秋。約1年は旧システムと並行しながら運用していたが、西ノ京店を09年10月に新店出店することが決まり「羅針盤」に一本化した。そのきっかけとなったのが、まさにこのインターネットVPNだった。

「羅針盤」は、顧客名や電話番号、商品の購入履歴、日付など、いろんな角度から検索でき、必要な情報を簡単に引っ張り出せるのが大きな特徴だ。VPNによって、本店と支店の間で同じデータにアクセスしたり更新することができる。

「羅針盤」の運用管理や入力を担っているのは、西岡社長の奥さまである典子夫人と、女性パートの脇田さんである。

典子夫人は「それぞれの店で、独自の経営管理システムしか使えなかったら、きっと混乱していたでしょう」と語る。



「羅針盤」を本格的に運用するようになってまだ半年しか経っていないが、典子夫人は日々の売上データの入力を、脇田さんは過去のデータの移行作業を行っている。

過去のデータを入力する際は、「商品コード」で一定の入力ルールを決めることがポイントに



▲西ノ京店担当の西岡典子夫人(左)と滝本さん(中央)と脇田さん(右)

なる。

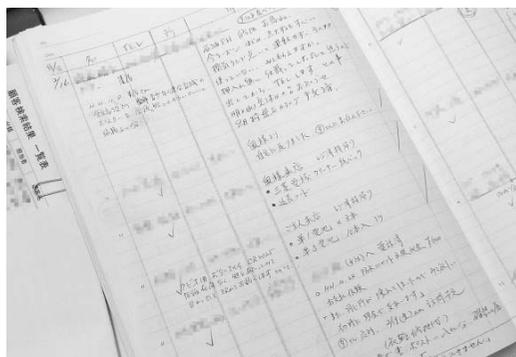
例えば、エアコンの工事でも、室外機と室内機、新設か移設、取り付け位置などによって使う部材も変わってくる。それを商品コード別にあらかじめ割り振っておくのだ。

結局、それぞれがルールもなく勝手に入力してしまうと、後から検索するときに必要なデータが引き出せなくなってしまう。検索精度を高めるためにも「入力のルール決め」は必要なのだ。

さらに、ほかの経営管理システムに比べても「羅針盤」の自由度は高い。どの項目から入力しても、顧客管理データや売り上げ、売掛金、在庫などにしっかりと反映されるからだ。

また、「羅針盤」では最初からかなり細かい項目別に商品コードが設定されているので、どちらかといえば自店流に削っていく作業の方が多いようだ。編集機能で、理解しやすい用語に簡単に変更することもできる。

同店の場合、お客から電話を受けたり来店した際、まずは「受付」ノートにお客からの用件を



▲「受付」ノートで用件を書き留める

商品コード	商品名	登録状況	用途	商品コード
904300	◆入金票	正しい	入金票	3501
904301	◆入金票	正しい	入金票	3502
904302	◆入金票	正しい	入金票	3503
904303	◆入金票	正しい	入金票	3504
904304	◆入金票	正しい	入金票	3505
904305	◆入金票	正しい	入金票	3506
904306	◆入金票	正しい	入金票	3507
904307	◆入金票	正しい	入金票	3508
904308	◆入金票	正しい	入金票	3509
904309	◆入金票	正しい	入金票	3510
904310	◆入金票	正しい	入金票	3511
904311	◆入金票	正しい	入金票	3512
904312	◆入金票	正しい	入金票	3513
904313	◆入金票	正しい	入金票	3514
904314	◆入金票	正しい	入金票	3515
904315	◆入金票	正しい	入金票	3516
904316	◆入金票	正しい	入金票	3517
904317	◆入金票	正しい	入金票	3518
904318	◆入金票	正しい	入金票	3519
904319	◆入金票	正しい	入金票	3520
904320	◆入金票	正しい	入金票	3521
904321	◆入金票	正しい	入金票	3522
904322	◆入金票	正しい	入金票	3523
904323	◆入金票	正しい	入金票	3524
904324	◆入金票	正しい	入金票	3525
904325	◆入金票	正しい	入金票	3526
904326	◆入金票	正しい	入金票	3527
904327	◆入金票	正しい	入金票	3528
904328	◆入金票	正しい	入金票	3529
904329	◆入金票	正しい	入金票	3530
904330	◆入金票	正しい	入金票	3531
904331	◆入金票	正しい	入金票	3532
904332	◆入金票	正しい	入金票	3533
904333	◆入金票	正しい	入金票	3534
904334	◆入金票	正しい	入金票	3535
904335	◆入金票	正しい	入金票	3536
904336	◆入金票	正しい	入金票	3537
904337	◆入金票	正しい	入金票	3538
904338	◆入金票	正しい	入金票	3539
904339	◆入金票	正しい	入金票	3540
904340	◆入金票	正しい	入金票	3541
904341	◆入金票	正しい	入金票	3542
904342	◆入金票	正しい	入金票	3543
904343	◆入金票	正しい	入金票	3544
904344	◆入金票	正しい	入金票	3545
904345	◆入金票	正しい	入金票	3546
904346	◆入金票	正しい	入金票	3547
904347	◆入金票	正しい	入金票	3548
904348	◆入金票	正しい	入金票	3549
904349	◆入金票	正しい	入金票	3550
904350	◆入金票	正しい	入金票	3551
904351	◆入金票	正しい	入金票	3552
904352	◆入金票	正しい	入金票	3553
904353	◆入金票	正しい	入金票	3554
904354	◆入金票	正しい	入金票	3555
904355	◆入金票	正しい	入金票	3556
904356	◆入金票	正しい	入金票	3557
904357	◆入金票	正しい	入金票	3558
904358	◆入金票	正しい	入金票	3559
904359	◆入金票	正しい	入金票	3560
904360	◆入金票	正しい	入金票	3561
904361	◆入金票	正しい	入金票	3562
904362	◆入金票	正しい	入金票	3563
904363	◆入金票	正しい	入金票	3564
904364	◆入金票	正しい	入金票	3565
904365	◆入金票	正しい	入金票	3566
904366	◆入金票	正しい	入金票	3567
904367	◆入金票	正しい	入金票	3568
904368	◆入金票	正しい	入金票	3569
904369	◆入金票	正しい	入金票	3570
904370	◆入金票	正しい	入金票	3571
904371	◆入金票	正しい	入金票	3572
904372	◆入金票	正しい	入金票	3573
904373	◆入金票	正しい	入金票	3574
904374	◆入金票	正しい	入金票	3575
904375	◆入金票	正しい	入金票	3576
904376	◆入金票	正しい	入金票	3577
904377	◆入金票	正しい	入金票	3578
904378	◆入金票	正しい	入金票	3579
904379	◆入金票	正しい	入金票	3580
904380	◆入金票	正しい	入金票	3581
904381	◆入金票	正しい	入金票	3582
904382	◆入金票	正しい	入金票	3583
904383	◆入金票	正しい	入金票	3584
904384	◆入金票	正しい	入金票	3585
904385	◆入金票	正しい	入金票	3586
904386	◆入金票	正しい	入金票	3587
904387	◆入金票	正しい	入金票	3588
904388	◆入金票	正しい	入金票	3589
904389	◆入金票	正しい	入金票	3590
904390	◆入金票	正しい	入金票	3591
904391	◆入金票	正しい	入金票	3592
904392	◆入金票	正しい	入金票	3593
904393	◆入金票	正しい	入金票	3594
904394	◆入金票	正しい	入金票	3595
904395	◆入金票	正しい	入金票	3596
904396	◆入金票	正しい	入金票	3597
904397	◆入金票	正しい	入金票	3598
904398	◆入金票	正しい	入金票	3599
904399	◆入金票	正しい	入金票	3600

▲「商品コード」の登録が後々のDBMIに生きてくる

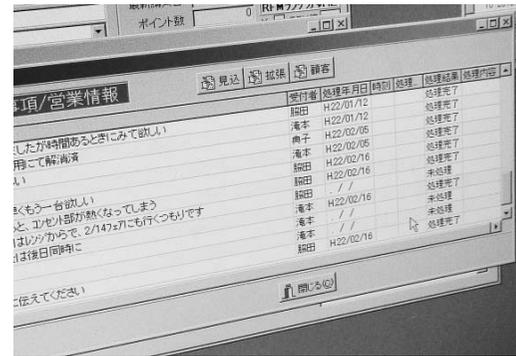
書き留める。それを「羅針盤」に入力しておけば、営業から帰ってきた担当者はどんな用件を受け付けたかを確認できる。

とりわけ、先に受け付けた用件が終了したかどうかの確認は重要である。「羅針盤」では「約束事項／営業情報」で用件が時系列にリスト表示され、「処理結果」という項目を見れば「処理完了」であるか「未処理」の把握ができる。

もちろん「未処理」リストだけの検索もできるので、まずはこれをつぶしていくことが肝心となる。既存客が両方の店に来る同店にとっては、このような情報が共有されていないと、いちいち電話で確認しあわなければならない。

商談中なら携帯電話に出にくいこともあるだろうし、連絡が取れないうちに「未処理」案件が忘れられてしまう可能性だってある。

また、お客から再度コールがきても、電話に出



▲「約束事項／営業情報」で「処理完了」と「未処理」が分かる

た人がその用件を知らなかったら、お客は一から説明しなければならぬ。こんなことを繰り返していたら、確実にお客は離れていくだろう。

「羅針盤」のいいところは、情報が共有されているので、仕事の進捗状況が誰でも把握できる点だ。誰が電話を受けても顧客の用件の内容を把握できるし、担当者の行動予定も理解できるので、対応策を回答することができるのだ。尼ヶ辻店と西ノ京店では、2店間で違和感なくこのような対応ができていくというわけだ。

西ノ京店がオープンしてまだ約半年しか経っていないこともあり、年商規模は2店で1億円、稼働客数も約1,200世帯だが、今後は新規客も増えて年商もそれぞれ増えていくだろう。

「家電店の明るい将来像」を示すモデルとしても、「羅針盤」の徹底活用と、小山さんと滝本さんの今後の頑張りに期待したい。

至急、ご連絡ください!!

太陽光発電・オール電化の販売でお悩みの経営者の方へ。私の成功事例を提供します。業績アップにお役立て下さい。

サンユウグループでは、10年前より「オール電化」という名前が確立する以前からエコキュートとIHクッキングヒーターを約6,000件以上のお客様に販売して参りました。そこで、圧倒的な集客と業績のアップを可能にするノウハウを確立して、これまでに数多くの代理店を成功に導きました。その実績は、ニッポン放送、文化放送、日経、電波新聞などのマスコミでも紹介され、三菱電機・東芝などのメーカーでも研修会を開催致しました。今回、新たな代理店を募集することと致しましたが、すべての方をサポートすることはできないため、やる気のある関東近郊の代理店を3社募集致します。

まずは、お気軽にお問い合わせください。

サンユウグループ本部 ☎0120-312-072 ☎0120-975-653
 〒114-0023 東京都北区滝野川7-18-1 APTOビル 担当：山口・倉田
 http://www.sanyuu.com info@ecocutenavi.jp