



“難修理”もデータベース化 一次対応の速さと精度高める

修理データベース(DB)を構築することによってCS(顧客満足)と売り上げアップを同時に図っているのが、愛知県豊橋市のホーナン家電だ。DBを構築しているソフトは羅針盤。「修理品の故障状況や修理内容、修理金額などをしっかり記載するのがポイント」と鎌田勝寛社長。修理のスピードと精度アップに威力を発揮している。



ホーナン家電
鎌田 勝寛 社長

所在地	愛知県豊橋市
年商	9,363万円
店舗	20坪
顧客数	1,000世帯(稼働客数)
従業員	4人
系列	混売
自店修理率	80%

的確な処置ができなかった

「大量量販店と差別化するためにも、自店の修理DB(データベース)を構築したかった」。

愛知県豊橋市の有力地域店である「ホーナン家電」の鎌田勝寛社長は、メディアネットワークジャパンが開発した経営情報販売管理システム「羅針盤・総合管理Pro」(東京都北区・03-3906-3561)を導入した理由をこう話す。

羅針盤を導入したのは07年7月。羅針盤は薄型テレビやエアコン、冷蔵庫などの有形商品だけでなく、修理サービスなどの無形商品も顧客マスターに簡単に登録できるからだ。鎌田社長はそこに目をつけた。

鎌田社長は修理DBを充実させることで、修理スピードとレベルが格段に上がると考えている。

つい最近も、修理DBの重要性を改めて認識させる“事件”が発生した。

お客宅のエアコンが冷えなくなったのだが、その原因がなかなかつかめずお客を困らせてしまったのだ。鎌田社長は冷媒ガスを補てんしたり、室外機の基盤を交換したが回復しなかった。

この夏はエアコンのサービスコールが集中し、メーカーサービスの「技術相談室」には全然つながらない。異常気象ともいえる「猛暑日」が続く中、お客の悲鳴に鎌田社長の心は痛んだ。

ワラをもつかむ気持ちで知り合いのメーカーサービスマンに尋ねた。「冷媒ガスが不足しているのではなくガスの流れが悪いのでは…」という

回答。早速、チェックしてみるとサービスマンの指摘通り、「電磁弁の不良」が冷えない原因だった。

「クオリティーの高い修理サービスで顧客を増やしてきたが、そのサービスでの確な処置ができなかった。次の対応で誤らないためにも修理DBの必要性を痛感した」(鎌田社長)。

同店の顧客登録数は1,500世帯、稼働客数は1,000世帯である。羅針盤の導入以降、鎌田社長の奥さまの千恵さんが稼働客の修理伝票のデータ(写真参照)を羅針盤に入力している。

入力項目は、

- ①氏名・住所・電話番号
- ②受付年月日
- ③持ち込みor出張
- ④メーカー名・品名・品番
- ⑤故障状況
- ⑥修理内容

▲ホーナン家電の修理伝票

▲家電リサイクルも羅針盤で管理

⑦金額

—などである。

以上の項目で鎌田社長が重視しているのは、⑤の「故障状況」、⑥の「修理内容」、⑦の「金額」の3点だ。

千恵さんは鎌田社長の意を汲んで、⑤故障状況と⑥の修理内容をできるだけ詳しく入力している。自店の修理対応だけでなくメーカーサービスの修理対応も入力する。

鎌田社長だけでなく、従業員全員が個々の顧客の修理DBをチェックして、部品調達や修理スピード、修理精度を大幅にアップさせるのが狙いだ。前述した難修理の対応も誤らずに済むのが理想だ。

⑦の金額も大きなポイントになる。「去年と今年で故障状況と処置が同じだったのに、数千円でも金額が違っていたら、お客は不信感を抱きます。

お客は意外と修理料金を覚えているもので、過去の修理料金のチェックは大切な作業です」。

もちろん、羅針盤は①-⑦の修理項目を入力できるように設計されている(サービス・修理品明細書)。

そのほかにも、「保証書の有無」、「見積り有無」、「お客への連絡」(見積り金額連絡、修理完了連絡など)、購入先(自店or他店)なども入力できる。

この明細書の大きなポイントは故障状況の項目が細かく記載されている点だ。例えば、映像商品ならば「音声不良」、「画面霜降状態」、「U/VHF受信不良」、「BS/CS受信不良」、「リモコン利かず」—などといった項目である。

データ入力時に、これらの項目にチェックを入れるように設計されている。当然、それ以外の故障状況があった場合、その状況も簡単に入力できる。

顧客別の修理状況が一目で

実際に修理を終えたら、その明細書をもとに修理サービスの売り上げ伝票を作成する。伝票作成では「修理商品名」、「使用部品代」、「修理工料」、「出張費」などを入力するだけだ。

この売り上げ伝票は顧客マスターに自動的に登録されるので、商品マスターからでも顧客マスターからでも呼び出すことができる。

さらに、顧客マスターと商品マスターどちらでも、売り上げ伝票の商品分類の、例えば「映像品修理(有)」をクリックすると、自動的に前述の「サービス・修理明細書」が開かれる。顧客別のサービス実施状況が瞬時に確認できるというわけだ。

また、売り上げ伝票には1つ1つナンバーが振られるので、個々の修理サービス履歴として管理できるのも羅針盤の大きな特徴だ。

顧客から修理サービスを依頼された場合、羅針盤では2通りの方法でDB化する。自店客の場合とフリ客の場合だ。前者の場合は、顧客マスターから商品マスターに飛ばし、どのような修理サービスだったのかを検索できるので、それが自店購入か他店購入かをすぐに確認できる。

自店客ならば新たに依頼された修理サービスの状況を入力し、過去の修理DBを参考に、修理料金を決めたり、部品の調達などを行う。さらに、見込み商品を発見する参考データとして活用することもできる。

一方、フリ客の場合は「サービス・修理明細書」で対応する。この明細書にもナンバーが振られているので、どの顧客がどのようなサービスを依頼したのかが後からも簡単に検索できる。

いずれにしても、修理サービスにナンバーを振り、検索可能としたのは特筆されるべき機能といえるだろう。検索の方法次第では、顧客の修理履歴を先読みした、効率的な修理サービスが可能になる。

08年度のホーナン家電の年商は9,363万円(09年9月期)。09年度上期(09年10月-10年3月)は



▲羅針盤は千恵さんが管理

▲羅針盤は「見込み客」一覧も簡単にらせる

前年度比126.3%の5,706万円と大幅に伸ばした。下期も上期ペースの伸び率で推移しており、年商1億円は軽くオーバーするだろう。修理売り上げは明らかにしていないが、修理件数は1日平均5件以上あるという。

1カ月の営業日を25日として、修理件数1日5件、修理サービスの平均単価を1万5,000円とすると、この部門の年間売り上げは単純に計算しても2,250万円となる。

同店は自店修理力80%を誇る販売店。修理サービスをテコに顧客を増やしてきたが、顧客の修理DB化を徹底することで、今後も売り上げ、顧客満足とも着実に伸ばしていくことだろう。