

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

一覧性に磨きがかかったCTI画面 DMリストで「イベント軸」も管理



ここがポイント!

- CTI機能が大幅リニューアルし、さらに便利に
- レベル別セキュリティ設定が可能に
- 抽出データからDMリストデータを新規で作成できる

CTI表示画面が 見やすく進化

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、あらゆる角度から顧客情報を管理・分析して、データベースマーケティングを実践するための地域店経営に特化したソフトである。

その羅針盤が装いも新たにバージョンアップを果たし、ダウンロード配信でアップグレードできる。

今回のリニューアルでもっとも進化したのが「CTI」機能である。「CTI (Computer Telephony Integration)」とは、ナンバーディスプレイと顧客情報をリンクさせた機能のこと。今回はこのCTIの一覧性がさらにブラッシュアップした。

まずは、羅針盤に搭載しているCTI機能について説明しよう。羅針盤は、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パソコン画面に表示するCTIプログラムを搭載している。すでに登録してある自店の顧客情報と併せて、全国電話番号データベースから情報を呼び出し瞬時にパソコン画面に表示する。

画面に表示される顧客データ(顧客マスター)は、顧客の名前や住所、電話番号といった基本的な情報に加えて、登録しておけば家電品の購入履歴、修理・サービス履歴、備忘録(メモ)などの情報も表示できる。

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のだ。住所の一覧だけでなく地図でお客宅の位置をイメージするといった使い方ができるだろう。

これらCTIの機能を活用すれば、電話相手と画面上のデータを見ながら会話ができる。つまり修理など発生業務や問い合わせ案件を、たとえ担当者が不在でも顧客情報を見ながら別の担当者がスムーズにこなせるというわけだ。

さて新バージョンでは、このCTIの一覧性が向上した。これまでは、CTIのサブ画面として「mini(ミニ)-CTI」という簡易画面が常に表示され、どの電話番号がいつコールしてきたかが、一見して把握できる仕組みとなっていた。

新バージョンは、このmini-CTIにも顧客名や電話番号、住所などといった情報が表示され、さらに見やすく便利になった。要は、営業先から帰ってきて受信ログを確認したり、出先で発生業務を確認する場合、メインの顧客情報画面を開く手間が省ける。

また、顧客とのやりとりをまとめた情報(修理内容や対応状況など)を「内容分類」という項目で簡単にまとめられるようになったのもポイントである。

例えば、「商品の問い合わせ」や「修理依頼」

などといったお客からのコール内容を羅針盤に入力しておくことで、後で内容ごとにソート(整理)できる。

うまくソートすれば、いつの季節(時期)に、どのような内容でお客がコールしてきたのが明確になる。お客の要望や需要が「見える化」できるということは、情報を入力すればするほどより商圏内での販促に特化したデータベースができあがるのだ。

さらに、電話帳データの入力項目に新たに「予備台帳」が搭載されたことも特筆される。

例えば、同じ会社に所属する従業員ならまとめて1つの顧客データに登録しておけるといもの。電話番号と該当顧客をいくつか持つ顧客データをひとつにまとめておくことで、電話コールの際は「〇〇会社の□□部、△△さん」といった具合にCTI画面で確認できる。

「5人家族を1つの顧客データにしたい」「屋号と電話番号は別々だけど1つにまとめたい店がある」などといったニーズに応える機能だ。ぜひその使い心地を試してみしてほしい。



▲従業員によってセキュリティレベルを変えることも可能だ



▲DM発送リストを管理する作業もぐっと便利になる

DM 送付リストが別途作成できる

羅針盤は、これまでユーザーの強い要望を反映させて適時進化を遂げてきた。今回大幅にバージョンアップした機能のひとつに「セキュリティ面の強化」がある。

従来の羅針盤は、パソコンさえあればすべての人(従業員)が羅針盤のデータを編集することができた。しかしそれに対してセキュリティ面の脆弱さを危惧する声も上がっていた。そこですべての情報項目に対して編集権をレベル別に細かく設定できるようにした。

レベル別設定とはこうだ。まず「レベル1」は、すべてのデータを編集できる権限がある。社長や役員、管理者などに設定するとい。 「レベル2」は編集、削除、印刷が可能。一般的な従業員であればこのレベルに設定するとい。 さらに「レベル3」は参照のみ、「レベル4」は閲覧禁止である。アルバイトやお客などには見せたくない、店の大事なデータを管理する場合などで有効に働こう。

さて、ほかにも電器店にとって嬉しい機能が搭載されたので紹介しよう。

新しい羅針盤では、通常の顧客リストのほか、新たにDMリストなどを別途作成できるようになった。従来は、顧客データをもとに

RFMや条件絞り込み検索などで抽出した顧客データを、いったん紙などに印刷して販促に活用する店が少なくなかった。

新機能には、そういった抽出データをさらに絞り込み、新しい顧客リストデータを作成して管理ができる機能を盛り込んだ。

例えば、個展の来場者だけのリストを作成してサンキューレターを送りたいとする。その際、個展へ招待するための顧客データに対して、情報(来場や購入品など)を追加して絞り込めば「抽出データの絞り込みデータ」が完成する。つまり来場客とサンキューレターを送りたいお客が浮き彫りになるというわけだ。

店が実践した「攻めの営業」に対して、お客がどのような反応を示したかといった「感情」を、ログとして管理できることは大きな武器になる。「商品軸」だけでなく「イベント軸」としても、当該顧客を絞り込むことができるからだ。

メディアネットワークジャパンの澤田六郎専務は、羅針盤について次のように語る。「顧客データを獲得すればビジネスが変わる。現状から何を学び何を伝えるかは、データと羅針盤が教えてくれるだろう。羅針盤はまさに流通の「水先案内人」なのだ。激動する家電業界で地域密着ビジネスを成功させるために、その方向を示してくれるのが「羅針盤」である。大幅バージョンアップの詳しい内容を次号からもっと掘り下げてみよう。

●図 見やすくなったCTI画面

旧バージョン(mini-CTI 受信ログ画面)

▲日付と電話番号のみしか表示されなかった

新バージョン(mini-CTI 受信ログ画面)

① 予備台帳名称
顧客マスター(台帳)に登録されている代表者(会社)名のほか、予備台帳に登録している複数の関連人物も表示。同じ会社(家族)に所属する人物をまとめて1つの顧客データにできる

② 内容分類
お客からのコールがどの業務に関連するのかわずげられる。細かく内容のカテゴリーを設定しておくことで、真の顧客ニーズが明らかになる

③ メモ
お客からのコールに対して、どう対応したのかをメモとして入力しておく。担当以外の者が対応しても情報を共有できるため、顧客満足度の高い営業が実践できる

④ ソート
あらゆる情報を分類ごとに並び替えられる。内容や季節によって情報整理することで商圏内の嗜好が分かったり、新たな発見が生まれるだろう