

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

地域性特化の顧客ニーズは CTI受信ログからあぶりだす



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。今回も羅針盤の魅力を一挙にフィーチャーしていきたい。

前回からお伝えしている通り、従来より羅針盤は新たにバージョンアップを果たした。新たにバージョンアップしたことによりさまざまな機能の使い勝手が向上し、一覧性もアップしている。

今回は、バージョンアップした羅針盤の機能の中でも特に大幅に機能が向上した「CTI」機能について紹介していこう。CTI機能は、電器店経営においても重要な意味を持つ。羅針盤ユーザーはもちろん、羅針盤ユーザーでない読者もおさらいの意味も込めて改めてその機能を深堀りしていきたい。

ここがポイント!

- 予備電話帳の活用で顧客データをまとめられる
- mini-CTIで受信ログも見やすく進化
- “内容分類”で地域のニーズを「見える化」させる



顧客データと 連携する機能

そもそも「CTIとは一体何か」についてからお伝えしよう。CTIは、“Computer Telephony Integration”の頭文字をとったIT用語のひとつ。その機能は、電話やFAXなどの電話回線をコンピュータのシステムに連携・統合するという技術である。

企業が抱えるサポートセンターやお客様相談室といったコールセンターで導入されており、顧客に電話などで対応する業務に広く活用されている。最近では、自社の持つ顧客データ(データベース)と連携したものが増えており、顧客の基本的な情報(住所、氏名、電話番号など)のほか、過去の購入履歴や利用履歴などが表示されて、それを参照に対応するというオペレーションが主流となっている。

電話の向こうの相手(顧客)と話をする際、相手の情報を見ながら的確なサポートができれば商談などもスムーズにまとまる。それに相対して顧客の満足度も高まるので、「地域密着ビジネス」を実践する店であれば必須と言っていいシステムだ。

また、こうしたCTIを含めた統合型の顧客対応システムは、CRM(Customer Relationship Management)と呼ばれており、データベースを用いて顧客の属性や接触履歴を記録・管理。それぞれに応じたきめ細かい対応を行うことで、長期的に良好な関係を築きつつ、顧客満足度をも向上させるという概念を持つ。

さて以上のことを踏まえ、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、瞬時にパソコン画面に表示する機能を備えている。

羅針盤の顧客データ(顧客マスター)は入力項目数が多い。そのため詳細に登録していれば、画面に表示される顧客データは、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、家電の購入・保有履歴、修理・サービス履歴、備忘録(メモ)などの情報も表示できる。

さらに住所情報の項目では、地図データ(Googleマップ)と連動する仕様になっている。つまり電話が掛かってくるだけで、顧客情報とともに地図も表示されるという仕組みだ。住所名だけでは分からなかった情報(いつも行く店だった、優良顧客の隣だったなど)も分かるだろう。一覧性に優れているのが羅針盤のCTIである。

“内容分類”項目で お客のニーズが分かる

それでは、今回羅針盤のCTIでバージョンアップしたポイントをまとめてみよう。

まずはじめに、各顧客情報(顧客マスター)ごとに「予備電話帳」が新たに追加された。これは、登録顧客の家族や親類などのデータを管理しておくもので、予備電話帳独自の通番や名称、電話番号を登録して活用することができる。

この機能が付加されたことで、ひとつの顧客データから関連する家族データまで検索できるようになり、CTI検索の対象にすることができる。例えば、登録顧客の息子から電話が掛かってきた場合、パソコン画面には登録顧客の情報と予備電話帳内に登録してある息子の情報が同時に表示される。家族の誰から着信があったのか、詳細に分かるというわけだ。

●図2 見やすくなったCTI画面

旧バージョン(mini-CTI 受信ログ画面)

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づらげられる。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ける。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

ほかにも「同じ会社に所属する従業員を1つの顧客データにまとめたい」「5人家族を1つの顧客に統一したい」「屋号と電話番号は別々だけどもまとめたい」といったニーズにも応える。自店の煩雑なデータをまとめてみるのもひとつの活用法となるはずだ。

大きく変わったのは、予備電話帳だけではない。羅針盤には、パソコン画面においてCTI画面を常に表示させつつ、ほかの作業も行えるよう簡易版のCTI画面を表示させることができる。それが「mini(ミニ)-CTI」である。

今回バージョンアップを果たしたmini-CTI画面では、受信ログに日付や電話番号のほか、顧客名、応対者(自店スタッフ)、住所、応対内容やメモなどを表示することができる。わざわざ個別の顧客情報(顧客マスター)を開かなくても、自店に掛かってきたコール内容が受信履歴とともにどのような内容だったかが分かる仕組みだ。どの業務が終了したか、またはそうでないかなども理解しやすく、もちろん出先から確認する際にも便利である。

特に、ポイントとなるのが受信ログ画面の「内容分類」と「メモ」という2つの項目である。「内容分類」は、顧客とのやりとりをジャンル別にまとめられる項目で、「メモ」はそのときの対応を記載できるフリースペースとなっている。

例えば、「内容分類」に「問い合わせ」や「注文」「修理依頼」などとジャンル別に登録しておき、メモには「アンテナについて」「洗濯機が回らない」などといった内容をまとめておける。

そしてこの項目の最大の活用法は、内容ごとにソート(整理)できる点にある。うまく整理すれば、いつの時期に、どのような内容で、どんなお客がコールしてきたのかを明らかにする「ニーズの見える化」が実現できる。それは、より地域性に特化したDBMが行えるということであり、地域店にとっては、必ず商売繁盛へと導くはずだ。

羅針盤のバージョンアップ情報は、次回も詳しくお伝えしていこう。

●図1 予備電話帳が新たに付属

顧客マスター画面

着信した場合
顧客マスターが表示され、さらに予備電話帳からの着信情報が表示される

予備電話帳の編集画面