

市場の多様化・高度化が進む中、顧客と理想的なリレーションシップを築くことがマーケティング上の急務となっている。業界のトップ企業はいま、具体的な戦略として、どのようにCRMを導入しているのだろうか。

CRM導入最前線レポート

佐川急便

佐川急便株式会社

CRMがITを通して数珠つなぎ。集荷から配送まで全情報をセンターが集中管理

「顧客第一主義に徹する」。佐川急便の社是の筆頭にある項目だ。表現は違うが、底流にある精神は、CRMそのものといっている。そんな同社が業界に先駆けいち早く提供したサービスが【イーズ】である。

サービス基盤確立の為、お客様からお客へお預かりした荷物はもちろんのこと、集荷から配送途中の状態、お届けまでの

全ての情報を管理、提供しCRMがITを通じて数珠つなぎになっているシステムを実現した。システム構築に参画した佐川コンピューター・システム(株)の

日下茂男システム開発部取締役部長は「IT化しないと生き残れない時代。お客様の要望に素早く効率よくこたえられる基盤作りは最優先課題でした」という。

00年5月に東京・品川に開設した都内6区を担当する「総合インフォメーションセンター」は1日約15,000件のコールに対応しCRMの重要な一角を担う。集荷依頼から運賃、その他物流にかかわる様々な相談までを一手に引き受ける。電話番号を元にお客様情報を表示しながら対応し、専門的な対応が必要な場合は上位担当者に内容をそっくり引き継ぐことができる。

今後、センターの全国拠点展開を検討中だが、雪国から亜熱帯、過疎から過密といった様々な地域性を抱える日本。それに対応しながら、どう均一なサービスを実現していくか。難問だが、「顧客第一主義を社是とする我が社を持ってすれば全国均一サービスは可能である」と日下さんは実現を確信している様子だ。



総合インフォメーションセンター



佐川コンピューター・システム 開発部取締役部長 日下茂男氏

KOKUYO

コクヨ株式会社

顧客起点から始まるCRM。「名探偵」も登場するマーケティング情報システム

創業以来受け継がれてきた“DNA”がある。「顧客起点」という信念である。05年の創立100周年に向けて、そのDNAから生まれたのが新しいビジョン「Always Innovating For Your Knowledge」だ。そしてそのビジョンを実行していくために、次の五つの行動指針を定めた。

- Professional (自身の強みの構築)
- Ownership (自己責任)
- Wisdom (知恵の創造)
- External Focus (顧客・市場起点)
- Revolution (日々進化)

この「POWER」に基づいて築かれた「マーケティング情報システム」は、すべての業務における顧客起点の徹底追求を実現する。

特徴の一つは5軸の切り口。社員は時間、顧客、商品、販売組織、チャネルの五つの軸から、同社が蓄積した、1994年以降の販売情報を分析できる。このことにより、データに基づき「顧客起点に立脚した売れる商品開発」や、販売戦略、「顧客」「商品」重要度に基づく営業力の最適配分実施が可能になった。ほかにも、役員の顧客との接触情報や、あたかも名探偵



マーケティング情報システムで「顧客起点」を追求

になって自分たちの都合でモノ作りをするようになっていはいないかという反省がありました。『買う身になって作りましょう』という我々の原点に返ろうという思いも込めています」と話す。



マーケティング戦略室 部長 山崎稔氏

が目当てのものを見つけてくれるかのような検索機能「KONAN」も備わっている。マーケティング戦略室の山崎稔部長は「システムを作る背景には、大きな組織

日本通運

日本通運株式会社

クレームを「万に一つ」以下に。情報の効率化と顧客の声への迅速な対応にCRM導入

「お客様の声をどう事業に反映していけるか。お客様との対話が宅配便事業のすべて」と園田憲治ペリカン・アロー部長はいう。年間実に4億個を超える荷物を扱うペリカン・アロー部にとって、集配情報の伝達効率化と問い合わせへの迅速な対応は、CRMの根幹をなす。その三つの柱が、「ペリカン便サービスセンター(PSC)」「サービスドライバー(SD)」「ペリカンセンター(営業所=PC)」である。

その中でIT化の先頭を走るのがPSC。01年3月に東京・大崎に開設した関東1都6県のお客様を対象にしたコールセンターだ。空間の無駄がない八角形テーブルを配置し、ベテランと新人のオペレーターが交互に座る。これだと新人が手間取ったとき隣の先輩がすぐ手助けできる。効果はてきめん。約130人のオペレーターで1日約5000件もの電話をさばく。

前線拠点と一線営業というべきなのがPCとSDだ。全国で約12,500台の配達車が入りし、ここでSDの報告が30項目に及ぶ品質管理指標にまとめられる。配達完了率、持ち戻り率、遅配率とその理由などなど。情報は本社のホストコンピューターに送られて蓄積され、サービス向上の貴重な「素」となる。

園田部長はいう。「今後PSCは20~30人規模のものを全国数十カ所に増やし、SDと直接情報のやり取りができる携帯端末も導入します。万が一荷札がなくなった荷物でも、その荷物の映像を光ファイバーで結んだ全国のPCに一齐に流して、お預けになったお客様を突き止めることも可能になるでしょう」。



ペリカン便サービスセンター(PSC)



ペリカン・アロー部長 園田憲治氏

「万に一つ」以下にするつもりだ。寄せられる苦情は今のところ1万分の2。園田部長はこれを「万に一つ」以下にするつもりだ。



左から嶋口氏、安達氏、酒井氏

社内のウェブサイトにアクセスすると、過去のアクセス履歴を反映して、どんな自分の興味に沿ったページに変化しているか。定期的に届くメールマガジンの内容も同様に変わっていく。それは、よい意味での驚きを与え、先ほど話

その意味では、メールや掲

業にCRMにかかわるソリューションを提供する事業をおこなっている。この点についていかがでしょうか。

安達 NEC自身が、自分たちの求めるCRMソリューションを試行錯誤によってつくってきた、そしてさらに高いレベルに向かって現につくり

酒井 興味深いお話、どうも

酒井 ただ、人間を使うかぎり、膨大なコストがかかるという面も否定できません。そうなる、ITのレベルでの「シブ」の構築が重要な課題になりますね。

また、掲板の書き込みやメールにこたえて、たとえばコンタクトセンターを24時間化する。すると、自分の意見が取り入れられたという喜びや感謝のメールをたくさん頂けるんですね。やはりそこに感動があるんだと思います。

酒井 NECは一方で、他企業にCRMにかかわるソリューションを提供する事業をおこなっている。この点についていかがでしょうか。

酒井 NEC自身が、自分たちの求めるCRMソリューションを試行錯誤によってつくってきた、そしてさらに高いレベルに向かって現につくり

酒井 興味深いお話、どうも

新しいCRMソリューションを提供するNEC

コラボレーションによるソリューションの発見

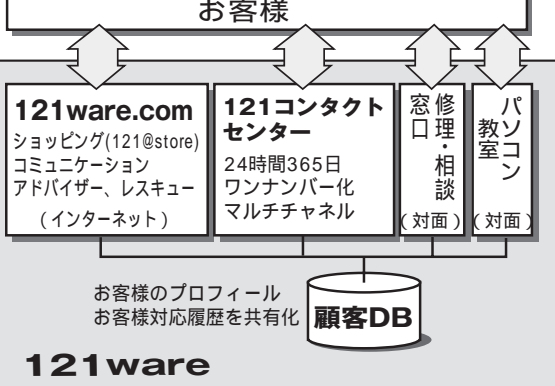
示板といった、ITならではの双方方向コミュニケーション手段もあるわけです。酒井 これまで一方通行が当たり前だった部分が双方方向になっている。何か面白いものが生まれそうです。

酒井 NECは一方で、他企業にCRMにかかわるソリューションを提供する事業をおこなっている。この点についていかがでしょうか。

酒井 興味深いお話、どうも

NECの121wareの取り組み

顧客リレーションシップの強化



お客様のプロフィール お客様対応履歴を共有化 顧客DB

121ware PCハードウェアだけでなく、それらに付加価値を与えるソフト・サービスを組み合わせることにより、お客様一人ひとりに最適なソリューションを提供