



出版業界、時代はオフコンからではい早 PCへと移行、「もう早く社内にもオフコンは保守できない」コンピュータとスーパーにいわれ、システムをシステムの再構築に迫られ導入し、同社は一昨年に、光和業者から注目集めたシステムを導入した。目科技連出 同社が採用したのは「販売管理」「印税管理」

「雑誌定期購読」の三つのシステム。「これまで管理のためだけに、今は各データを販売戦略に活用できるようにした」(業務部長・塩田 久久部長)とこれまでとの違いを説明する。

さらに、こ

販売戦略に活用 管理費も1/10に軽減

日科技連
出版社

る社は、企業を読者の柱とする定期誌を発行している。例えば、定期購読が1000部あるA社。配達先は自宅、会社、工場など、読者の選択によって、請求窓口は一本化されている。しかも、そのデータは随時、各社のパソコン画面で見ることが可能。購読契約期間も一目でわかり、購読者への費用面も含めて検討している。

「環境」とキーワードを入力することで、過去の環境の本及びそれにまつわる本を購入した顧客をリストアップすることができる。この情報をもとに多くの顧客にDMを打つことができるようになったという。

「環境」は「さらに営業戦略につかえるように」と光和コンピュータレデータ加工の方法などを話し合っている。例えば、通販で年間ベスト10、ベスト100といった顧客をリスト化するなど、費用面も含めて検討している。

「雑誌定期購読」の三つのシステム。「これまで管理のためだけに、今は各データを販売戦略に活用できるようにした」(業務部長・塩田 久久部長)とこれまでとの違いを説明する。

さらに、これまで他のソフト開発会社に年間1000万円でのデータ管理などを委託していたときに比べ、費用は20分の1に、委託先からデータを得るのにかかった時間がかかってきた時間ともなで、アルタイムにパソコンで見られるようになった。同社が導入したシステムで最も特徴があるのが、「雑誌定期購読システム」。同社のように専ら分野の出版を主軸とする顧客管理、例えば、環境

な営業ができるようになった。構築は難しかったというが、「要求のシステムが実現した。成功事例といえるだろう」(同)。

同社が導入したシステムで最も特徴があるのが、「雑誌定期購読システム」。同社のように専ら分野の出版を主軸とする顧客管理、例えば、環境

に即決できる体制が同社を選んだ理由」と話す。