

データの販売戦略への活用が日常業務化

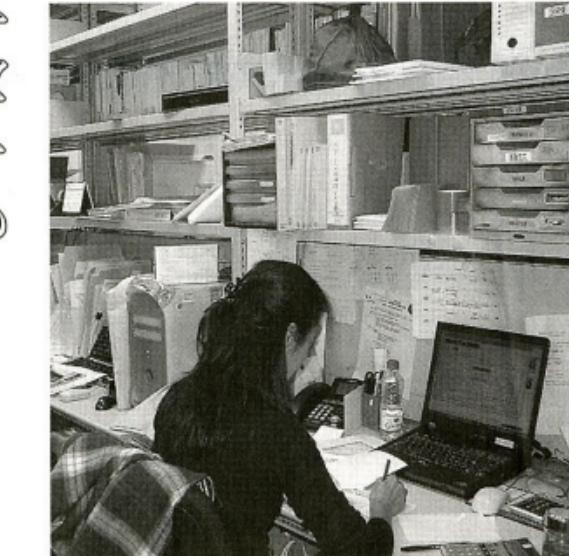
データの販売戦略への活用が日常業務化へいた。（営業部・岸孝郎長）ことから光和コンピューターの導入を決めた。

「販売管理システム」の導入に伴ない、書店や読者の注文は同社のコールセンターでの受け付けとなり、出庫スピーディでアフターサポートでの受け付けとなる。

書店ルートが占めている同社は、販売戦略に組み込まれることになった。

同社が光和コンピューターの「販売管理システム」を導入したのは三年前。当時使用していたオフコンのシステムが老朽化し、パソコンによるシステムを取替えた。システム会社数社から見積りを取ったが、「コスト面はもうろくながら、見積もりシンプルでカスタマーサポート面で優れています」と評価された。

システム会員登録者対象として定期雑誌を発行している。購読期間や購読料金がパソコン画面上で一覧出来



システム改革から始まる企業革新

各社の事例にみる活用法と成果

複合商材を一元管理 系列店参照で販売戦略

件数は激減したという。

「Book Answer」は本以外のCD・DV

Dや文具、洋書などISBN

N・JANコードを問わず、コードが

ある商品を一元管理できる

システムが得意とする。そのため、商品検索や補充発注をする場合、切り替えで作業が中断し、効率性が落ちる。そのため、商品検索や補充発注をすることで、DVDが別々のサババたつ

る。これまでには本とCD・DVDの複合店。松阪市は名古屋まで一時

間でシステムを構築した光和コンピューター。岸孝郎

は「トライセラルのため顧客の要望を直接受け、速やかな対応が可能なスタッフがいることが、光和を選んだ最大の理由」と語る。

システムで、広告関連の売上げ、販賣金などを広告にも役立っている。プランを提示されながら、わずか半年という短期間でシステムを構築した光和コンピューター。岸孝郎長は「トライセラルのため顧客の要望を直接受け、速やかな対応が可能なスタッフがいることが、光和を選んだ最大の理由」と語る。

「直販システム」は各種も活用される。

定期誌の販売管理は、今後は顧客情報を基にした新刊案内などの送付に

か、カスタマイズされたジ

ア・リードの販売戦略は、

顧客の要望を直接受け、速

やかな対応が可能なスタッ

フがいることが、光和を選

んだ最大の理由」と語る。

システム改革から始まる企業革新

各社の事例にみる活用法と成果

宮脇書店

光和コンピューター



宮脇書店新松阪店は今年八月、効率販売や顧客サービス向上などを目的にシステムを光和コンピューターのASP型書店システム「Book Answer」に入れ替えた。以前のシステムの使い勝手があまりよくなかったからだ。同店はDVDが別々のサババたつたため、商品検索や補充発注をする場合、切り替えで作業が中断し、効率性が落ちた。今回のシステムでは同店の神山祐紀主任は率直に話す。「今まで本とCD・DVDで作業でき、ちょっと済みもオーバー」と見たらんだけと聞いたんだけど面白い合意したことで、クレームも、未入荷の

ケーズもある。これが地方都市の実態だ。このとおりは商品検索をか

ける。着荷予定期から三日前に「最新入荷日」が表示されている商品は入

荷あり」で、商品自体が表示されていないものは「配本なし」であるから、すぐ

に客注をかける。以前はそうした対応ができなかつたが、いまは月300~350件、従来の三倍以上の客注を捌く。

「Book Answer」はオプションでCD・DVDの販売管理システム「Media Answer」の機能が搭載でき複数の仕入先がある複合書店の強味だ。メディア担当の浜祐次主任は「発注時に前日の売上ペースが参考でき、注文の判断材料で役立ちます」ときつぱり。

同店では来年早々に自動発注システムを追加し、書店売上げで三割程度を占める長い商品の機会損失の防止を図る方針だ。