

データの販売戦略への 活用が日常業務化



看護白書や看護関連の各種学会誌も受託し、専門出版社として代表的な存在の日本看護協会出版会。意外にも売上げの約八割を取次・書店ルートが占めている。

同社は光和コンピュータの「販売管理システム」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ロコンのシステムを老朽化し、パソコンによるシステムに変更した。システム会社社から見積りを取ったが、「コスト面はもちろんだが、何よりシンプルでカスタマイズしやすい」点で優れ

ていた(営業部・岸部長)ことから光和コンピュータの導入を決めた。「販売管理システム」の導入に伴い、書店や読者からの注文は同社のコールセンターでの受け付けとなり、出庫スピードがアップした。さらに、受注・出庫情報はパソコン上でリアルタイムで見ることが可能となった。また、データを販売戦略に活用することが日常業務に組み込まれることとなった。

同社の「販売管理システム」は、「取次」「定期購読」の三つのシステムで構成されている。看護という専門分野の出版を主軸としている同社は、約五八万人という看護協会会員などを読者対象とする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



る(定期購読システム)は、も活用される。定期雑誌の販売管理のほか、今後は顧客情報に基づいた新刊案内などの送付に、カスタマイズされたシステムで、広告関連の売上げ・請求や未収金など広告にも役立っている。プランを提示されてから、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。岸部長は「トップセールスのため顧客の要望を即決でき、速やかな対応が可能なシステムがあることが、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



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・DVDや文芸、洋書などISBNコードを問わないで、ケイブもある。これが地方都市実態だ。このときは商品検索をか

ける。着荷予定日から三日前に「最新入荷目」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。以前はそうし対応ができなかったが、いまは月三〇〇〜三五〇件、従来の三倍以上の客注を効く。



協書宮新松坂店は今年八月、効率的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のASP型システム「Book Answer」に入れ替えた。以前のシステムを使い勝手があまりよくなかったから。同店は本とCD・DVDの複合店。それまでは本とCD・DVDが別々のサーバだったため、商品検索や補充発注をする場合、切り替えて作業が中断し、非効率であった。今回のシステムでは同一画面で作業でき、ちょっと掘り込みもオーケー」と同店の神山祐紀主任は率直に語る。在庫検索の精度が

「今日、名古屋の書店で本を一画面で作業できる。古庫まで一時開すこの通勤である。」

「販売注のデータが極めて多い、無断な返品防止は役立っています。系列店の販売状況を確認し、配本がない商品を仕入れるかどうかを判断します」と横山啓主任。

「大形店の動向を協書宮本店、郊外店の動きを畿南店、圏内の状況を四日市店、津店を確認、自店の販売分析に役立っています。」



「松坂店は名古屋まで一時開すこの通勤である。」

「同店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を図る方針だ。」