

顧客管理システム



「田舎主義」ご紹介資料

MCC 株式会社 松山電子計算センター
<http://www.mccwave.co.jp>



1. ご紹介のポイント

「田舎主義」

ソリューションの提供

- 実績のある基幹パッケージシステムをベースにした開発
- 明確なコンセプトによる近代的な管理手法

- (1) 顧客情報と購買履歴のデータベース構築
- (2) 注目客の検索機能とデータ活用
- (3) 顧客情報と販売情報の分析機能
- (4) 顧客ポイント管理機能

顧客に最適な情報やサービス提供

顧客に関する詳細な情報を取得

ローコストで個々の顧客にアプローチ

インターネットやCTIなど最新技術の利用

<ねらい>

マス・マーケティングからワン・トゥ・ワン・マーケティングへ

優良顧客の囲い込みへ



2. 『田舎主義』導入実績

「田舎主義」

導入実績 = 487社

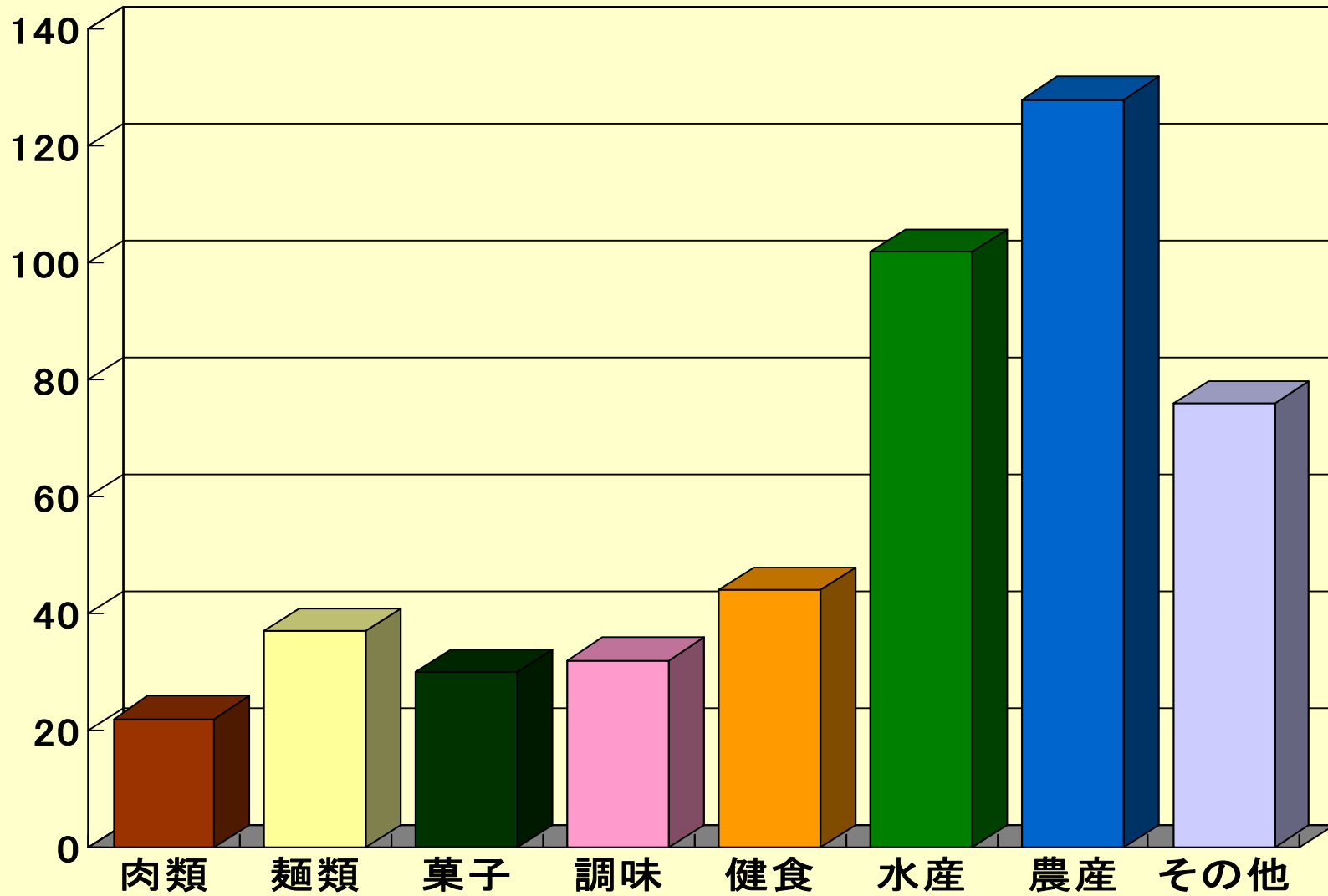
(2009年1月末現在)





3. 導入業種

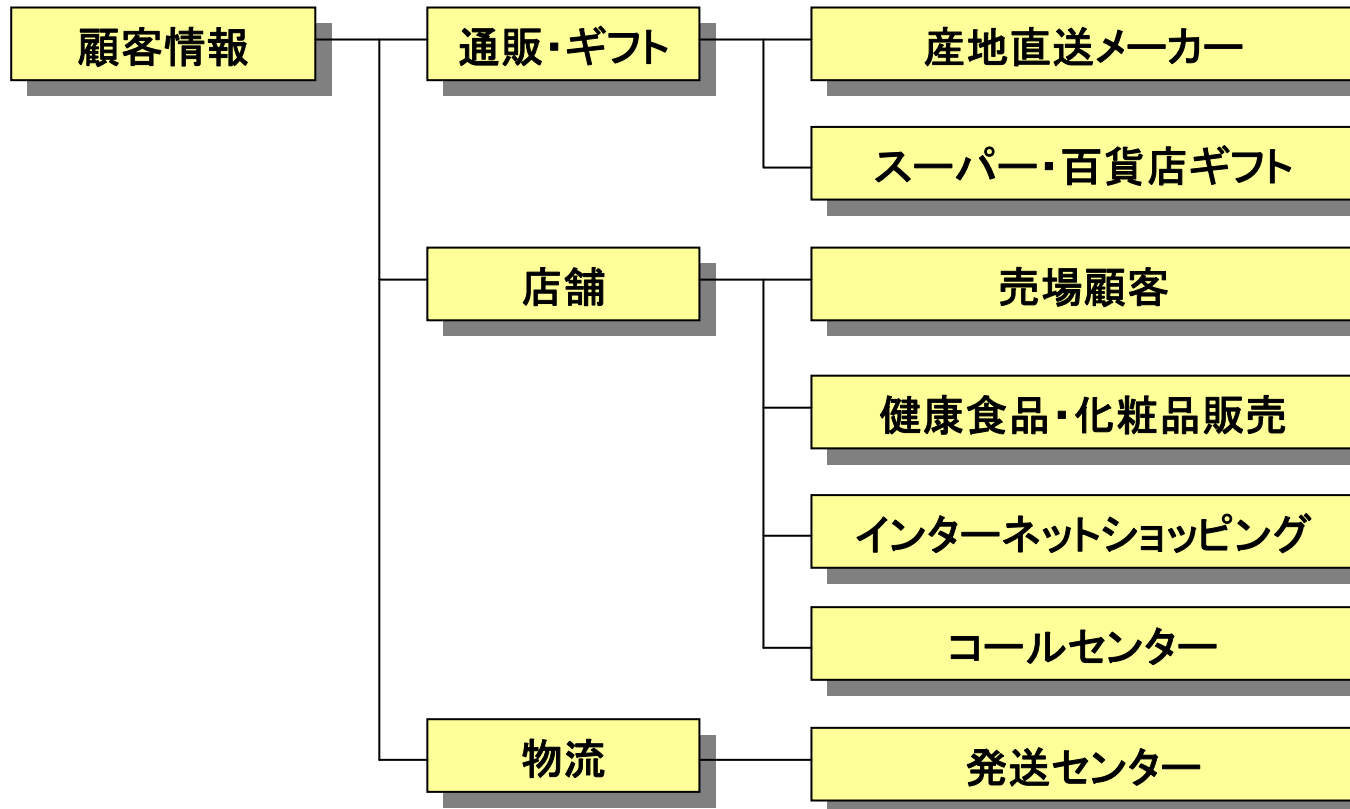
「田舎主義」





4. 顧客管理システム適用先

「田舎主義」





5. 求められる要件とシステム化のポイント

「田舎主義」

受注から出荷までの処理向上

(1) 受注処理の効率化

- 注文受付、注文入力、入力チェック作業の効率化
- インターネットショッピング注文取込みの自動化
- 中元、歳暮に集中する処理の負荷軽減
- ナンバーディスプレイ対応と電話帳データベース利用

(2) 出荷業務の効率化、アウトソーシング

- 出荷量、ラインに応じた最適な出荷指示情報提供

円滑な代金回収

(1) お客様が支払いやすいサービス提供

- 24時間対応のコンビニ入金、クレジット入金、代金引換対応

(2) 収納処理自動化による効率化

- 郵便振替MTサービス、コンビニ入金により入金入力不要

(3) 督促処理の効率化

- 督促処理の自動化とブラック顧客の排除

① 徹底した業務運営の標準化・合理化

② 情報活用の革新

③ 優良顧客囲い込み

④ 勝つための広告戦略

顧客情報データベース活用の高度化

(1) 顧客情報活用

- 購買履歴や購買傾向分析
- マスからワン・トゥ・ワンマーケティングへ移行
- お客様へ前回情報、ギフト情報を提供
- 貢献度の高いお客様の固定化
- 販促企画、セールスタイミングの情報支援

顧客サービス向上

(1) 顧客への付加価値の提供・リピート注文の向上

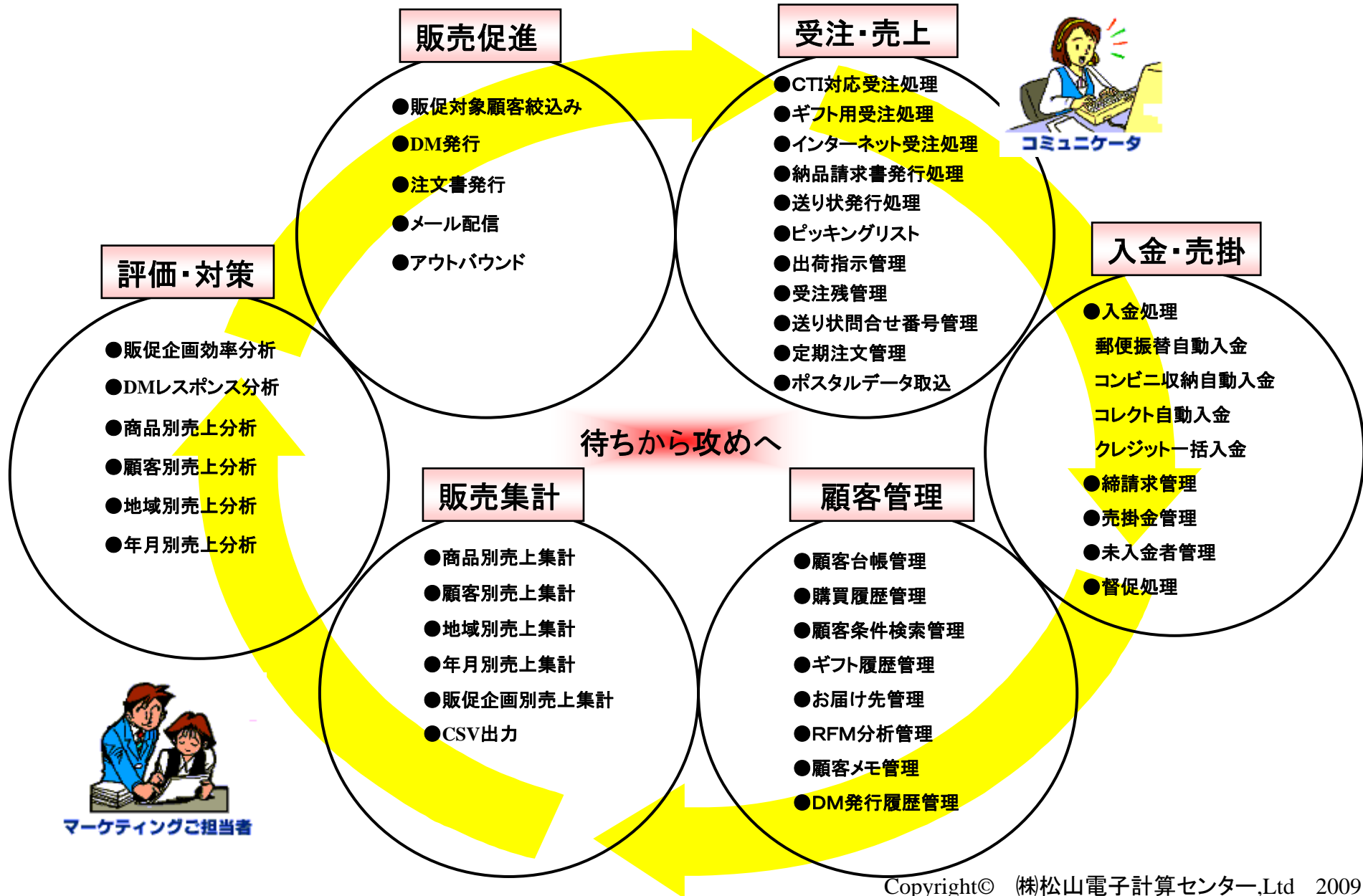
- ポイント制実施による顧客の固定化
- CTIシステム導入による、コミュニケーションアップ
- 優良顧客へサービス、プレミアム還元

(2) インターネット、携帯電話を利用した情報提供



6. システムの体系

「田舎主義」





7. 顧客管理システム適用のポイント

「田舎主義」

1. 既存顧客リスト、購買履歴をDB化

- 地方発送(御中元・御歳暮)顧客名簿のデータベース化からスタートします

2. 業務の標準化・合理化

- 注文受付時の検索・照会でお客様対応が迅速・円滑にできます
- 中元、歳暮に一極集中する注文の高い処理能力と入力ミスを防止します
- ネットショッピングやふるさと小包注文等の受注データで入力できます
- ユーザー様の請求・出荷事情に合わせたデータを出力できます
- ご注文商品の発送、出荷状況を追跡できます
- 収納事務自動化により正確・迅速な入金処理ができます
- ご注文ごとの請求・入金管理と適切な未入金管理・督促処理ができます

3. 顧客・購買DBから売上アップ

- 貢献度別にターゲット対象顧客を選別して販促できる仕組みを提供します
- お客様履歴よりコミュニケーション&フォローアップの仕組みを提供します
- 販促媒体、地域、商品等次の手を打つための指標を提供します

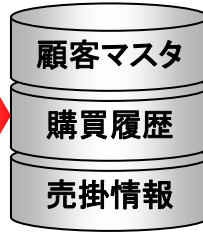


7-1 既存顧客リスト、購買履歴をDB化

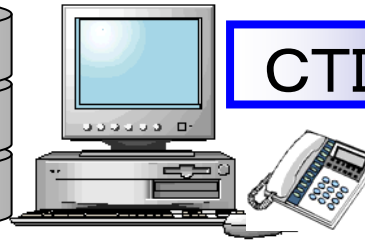
「田舎主義」



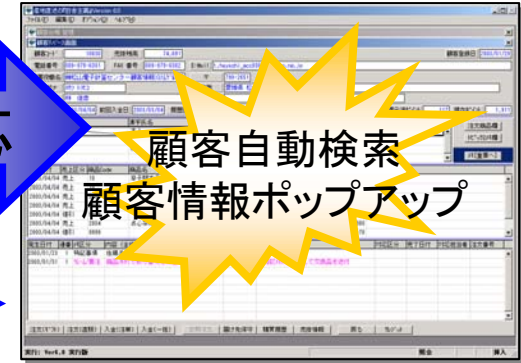
まずは
DB化



CTI対応

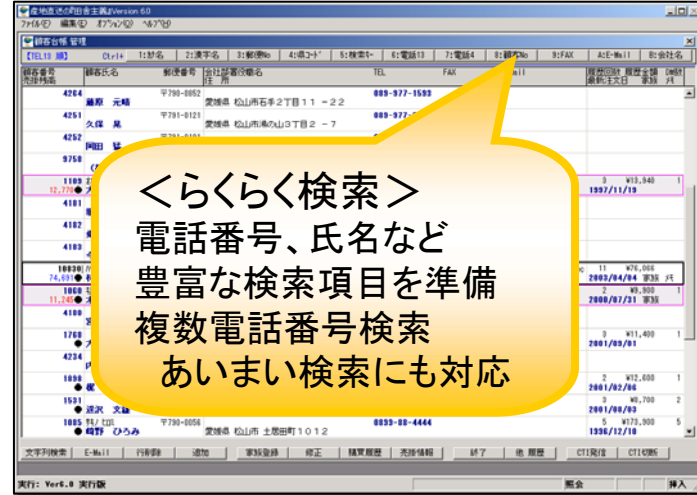


リバース画面



顧客自動検索
顧客情報ポップアップ

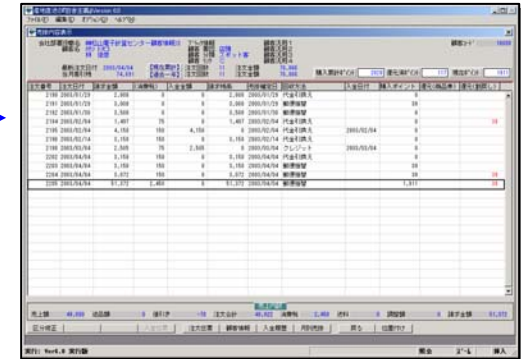
顧客台帳



購買履歴



売掛情報



対応が
迅速・円滑

頼んで安心
頼りになる

リピート注文
増注



7-2 高い受注処理能力

「田舎主義」

中元・歳暮時の
一極集中する
注文処理も...



速い
簡単
便利

電話帳データベース
局番住所辞書
郵便番号辞書による
依頼主・届け先入力的高速化

前回届け先の参照による
届け先入力的高速化

注文媒体により
売価・運送便・送料
の自動入力

ご注文商品により
運送便・クール便の自動入力

注文番号 2202 注文日付 2008/04/04 売掛金 74,691 売掛計上2008/04/04 入金 購入*心付 0 還元*心付

注文者コード 10830

00松山電子計算センター 顧客情報ツタワ*P*/林 俊彦 TEL 089-979-6301 現在有効*心付: 1.8

〒789-2851 愛媛県 松山市 堀江町1839-8 FAX 089-979-6302

〒789-2851 愛媛県 松山市 堀江町1839-8 顧客情報: 顧客要因: 店頭 顧客分類: スポット客 顧客フリ: C 単価フリ: 生年月日: S36/12/26

備考: 前回注文日: 2008/04/04 前回入金日: 2008/03/04

担当 徳永 繁樹 注文区分 注文ハガキ 発送日 2008/04/04 お届け日 摘要

行	届け先	商品	数量	金額	送料	お届け日	届け先メモ
1	3003-長井 恵 〒238-0005 神奈川県 横浜市中区 並木2丁目11-3-201	辛子明太子 (3個入)	1	1,500		2008/04/04	御中元 林 俊彦
2	508-上竹 温子 〒921-8048 石川県 金沢市大塚町100-25	辛子明太子 (3個入)	1	1,500		2008/04/04	御中元 林 俊彦

【商品行数】 全1行 1,500 送料 0 請求金額 3,150

【商品行数】 全1行 1,500 送料 0 請求金額 3,150

回収方法 代金引換え 取引種別 カード種別 カード番号 承認番号 名義人 有効期限

売上額 3,000 返品額 0 引当額 0 注文合計 3,000 消費税 150 送料 0 調整額 0 請求金額 3,150

PA 解除 取消 伝票削除 購買履歴 一覧 調整値引 前受入力 売掛情報 登録 取引情報

実行: Ver6.0 実行版 修正 戻る 挿入

入力ミスなし
入力委託OK

煩わしい注文媒体、商品毎の入力規約をマスター化
400枚/人日を可能にする高い処理能力を発揮します



7-3 顧客リバーズ画面(コミュニケーション画面)

「田舎主義」

顧客リバーズ画面

顧客コード: 17

氏名: 長野 一郎

郵便番号: 395-0072

住所: 長野県 飯田市曙町 1 1 1 1 1 1 1

部署役職名:

TEL: 111-222-3333 FAX:

e-mail:

性別: 男 日: 昭和34/10/03 (49)

備考: 社長、飯田物産社長

顧客情報

登録日	2004/11/18
間隔	29
金額	63,850

前回情報

注文日付	2009/02/13
経過日数	63
回収方法	郵便振替・
メモ日付	2008/08/25
入金日付	2008/11/06

顧客区分

残高	98,300
----	--------

履歴情報

回数	40
金額	2,554,005
届先人数	12

ポイント情報

累計	24,266
還元済	7,895
現在	16,371

メモ	注文	入金	届け先	定期	依頼主	ポイント	注文商品	履歴	着信履歴
発生日付	連番	区分	内容 (全件表示)	担当	対応	対応区分	完了日付	対応担当者	注文番号
2008/08/25	1	外へ情報	配達時間外へ。午前指定なのが、14時過ぎに届いた。	奈良	謝罪と配送業者への注意を行った。	対応済	2008/08/26	木下	
2007/06/18	1	特記事項	電話で詰め合わせ商品をお願いしたいとの連絡有り	奈良	上司と相談後、「現在は詰め合わせとしての商品はありませんが、次の商品企画で題材に	対応済	2007/06/19	奈良	476
2007/05/24	1	特記事項	夏のキャンペーン広告について問い合わせがあり、配送開始日の間	鈴木	6月20日から配送を開始すると返答また8月になったら注文するかもしれないとの事	対応済			464
2007/01/10	1	紹介情報	福岡様(顧客No.11039)を紹介いただいた	岡本	粗品を送っておきました	対応済	2007/01/11	岡本	
2006/10/04	1	外へ情報	運送業者の対応が悪いとのクレーム	木下	謝罪後、粗品を進呈した。運送業者である電算運輸には厳重に注意をした。	対応済	2006/10/08	木下	
2005/12/06	1	特記事項	電話で注文有り、前回の問い合わせの流れと思われる。値引の	鈴木	社長の知り合いでという事もあり、よく購入されているお客様なので、主任に相談し今回限りとの約束で値引対応をしま	対応済	2005/12/26	鈴木	164

注文	入金	定期注文	顧客修正	購買履歴	戻る	外へ	他履歴	CTI連携
----	----	------	------	------	----	----	-----	-------

個別情報

注文履歴

コンタ外履歴



7-4(1) 外部受注データ取込を自動化

「田舎主義」

お客様

注文

インターネット



注文メール



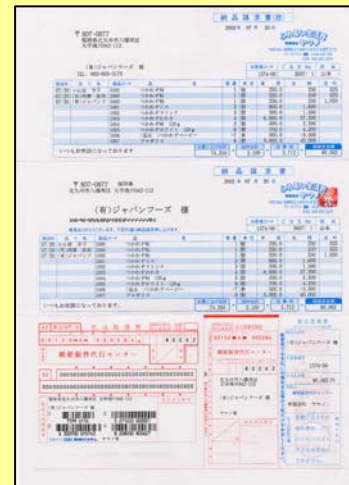
ご依頼主・お届け先
自動登録

注文自動登録

受注再入力不要
伝票発行まで
一連処理可能

納品請求書

送り状



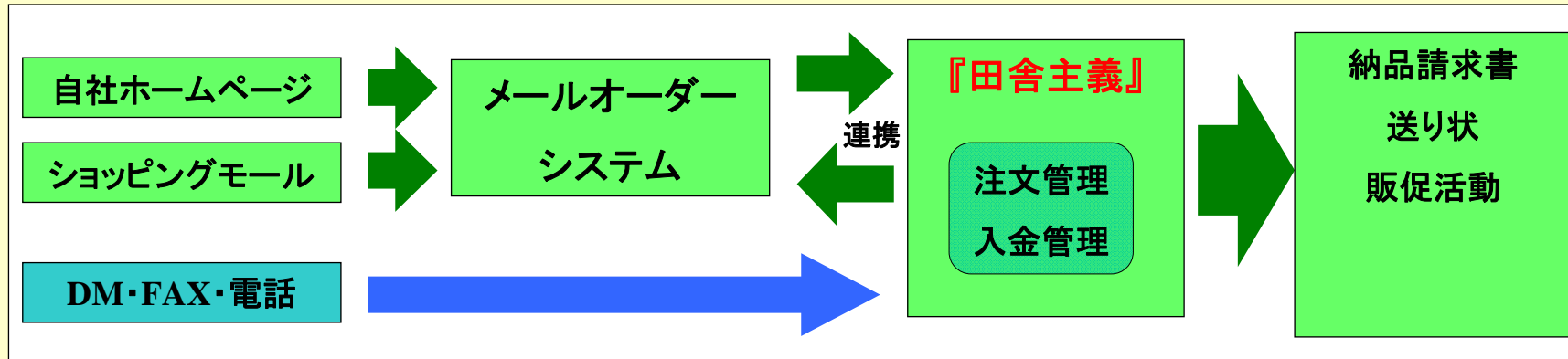
※オプションです



7-4(2) メール連携機能(オプション)

「田舎主義」

ネット通販の注文も田舎主義で一元管理

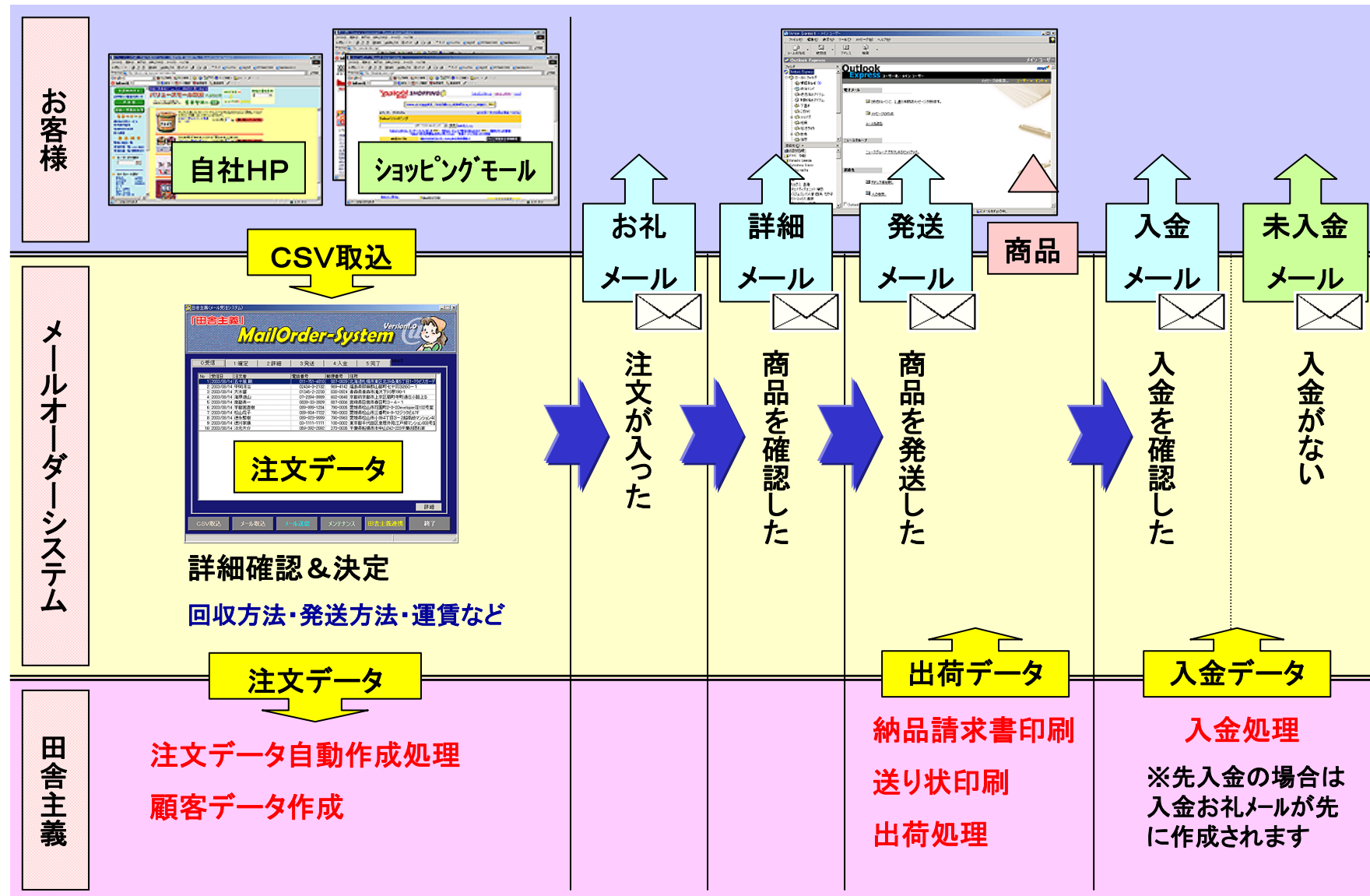


- ・ CSV形式取込対応（楽天市場・Yahoo! Shopping）
- ・ 注文受付／発送／入金など各段階での管理が可能
- ・ メールのヘッダーとフッターを多数の雛形で管理
- ・ 回収方法に応じたメールの設定が自動で可能



7-4(3) メール連携機能の全体図

「田舎主義」





7-4(4) 発送通知データメール文例

「田舎主義」

〇〇 〇〇様

ヘッダ文例

こんにちは、
ネットショップ田舎です。
数あるWEBショップの中から私どもの製品をお選び頂き
心から感謝申し上げます。
運送会社、および配送伝票番号は以下です。

▼ご注文番号: 2252

差込文

お届け先: ご本人様宛
お届け先住所: 〒160-0022
新宿区新宿XXXXXX

配達予定日: 指定なし
時間指定: 18時
配送業者: ヤマト運輸
配送伝票: 158385672605
お支払い方法: クレジット

小計 ¥1,500
消費税 ¥75
合計 ¥1,575

お好みセット30食
数量 1 x 単価 ¥1,500 = ¥1,500

フッタ文例

なお、事故や気象の影響により、
お届けが遅れる場合がございますが
何卒ご了承のほどお願い申し上げます。

配送状況は運送会社のHPにて確認できます。

#日本通運 (クールペリカン便)
<http://www19.nittsu.co.jp/career/input.php>
#日通航空 (スーパークールペリカン便)
<http://www20.nittsu.co.jp/trc/tracetop.htm>
#ヤマト運輸 (クール宅急便)
<http://www.kuronekoyamato.co.jp/>

なお、商品到着時に破損・汚損などございましたら、なんなりと私どもまでご連絡くださいませ。新品と交換させていただきます。

ありがとうございました。
またのご利用心からお待ちしております。(_)

ネットショップ田舎 担当 田中

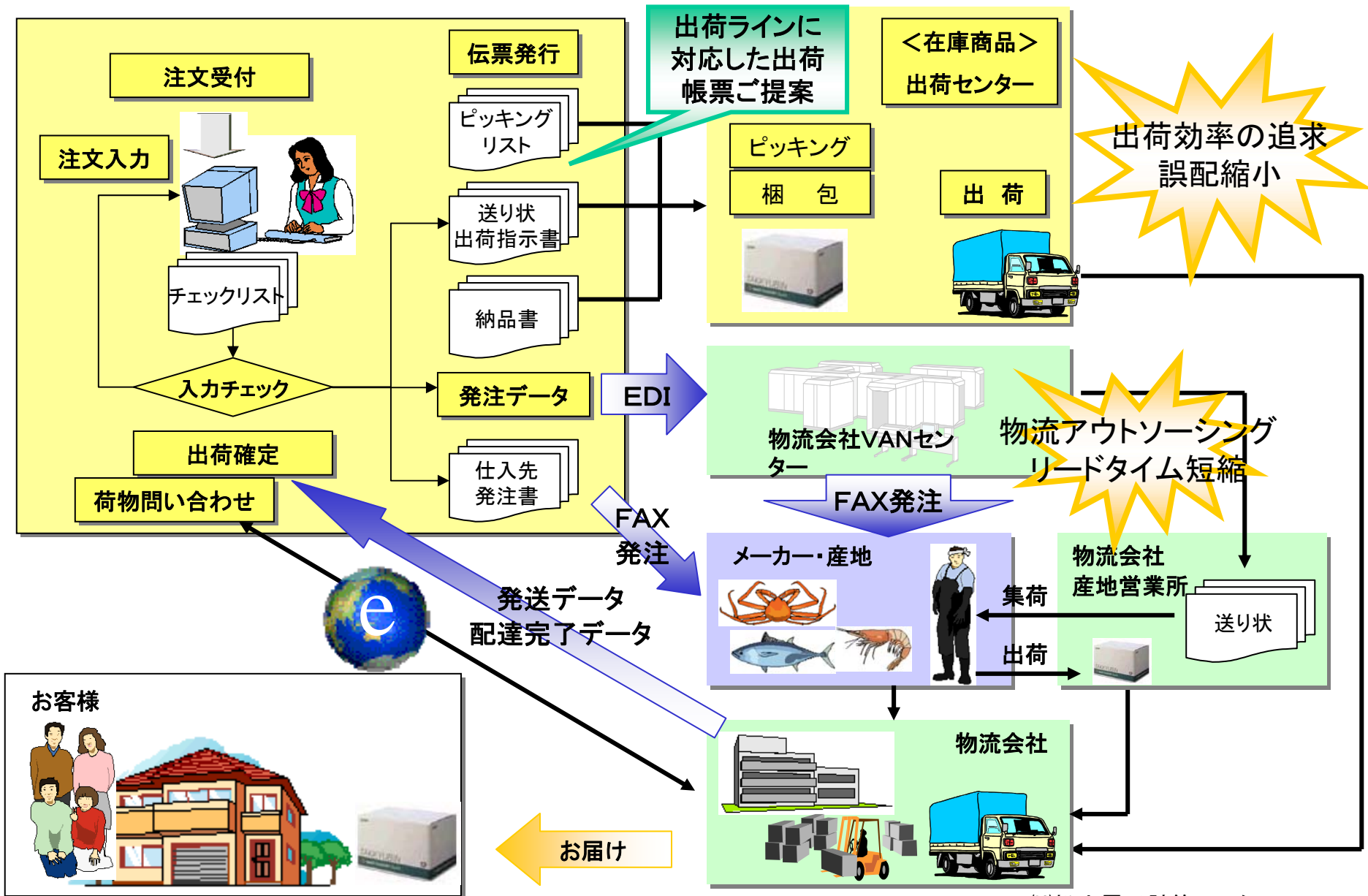
inaka@mccwave.co.jp

<http://www.mccwave.co.jp/>



7-5 出荷事情に応じたシステム構築

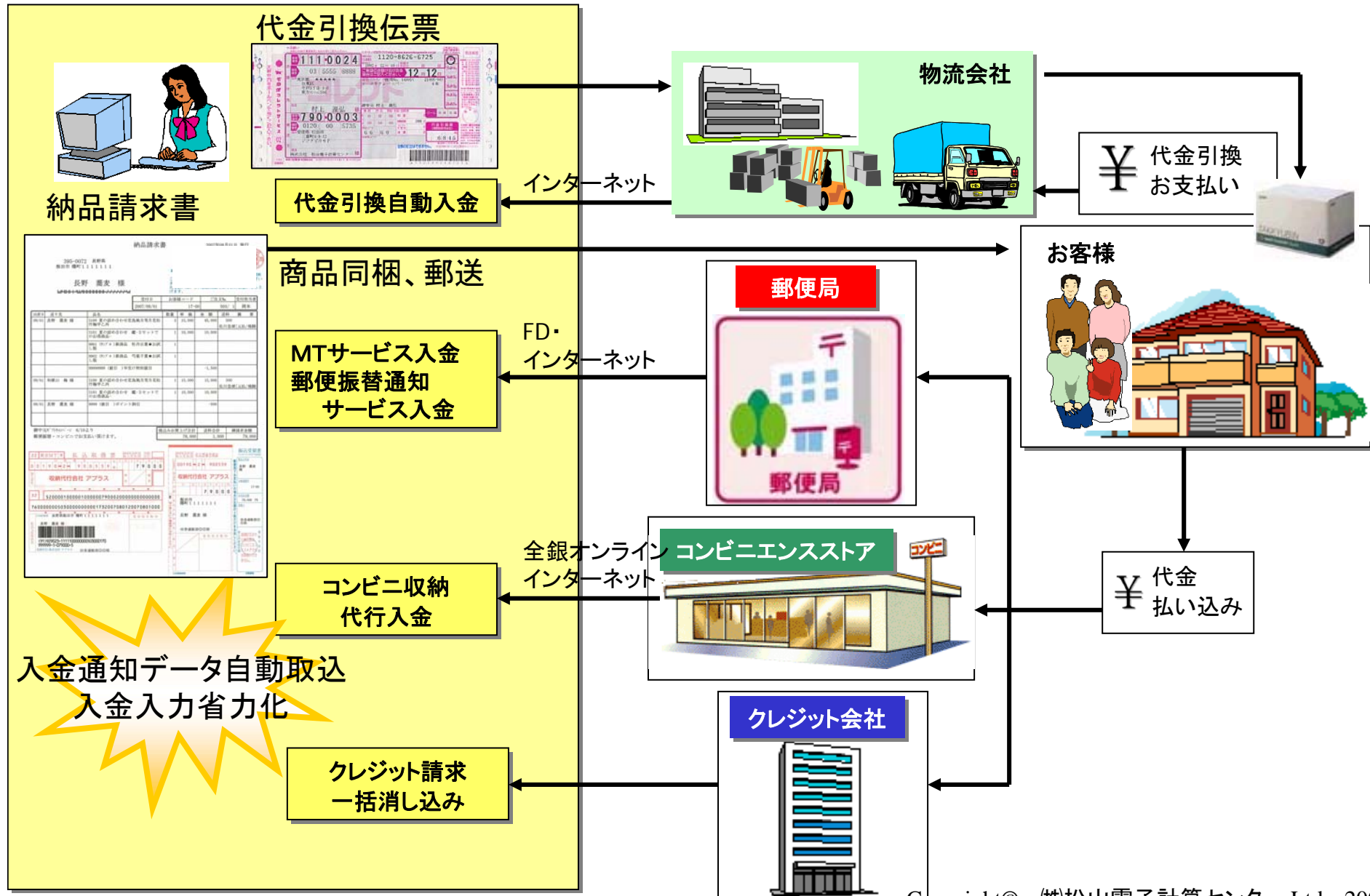
「田舎主義」





7-6 収納事務

「田舎主義」

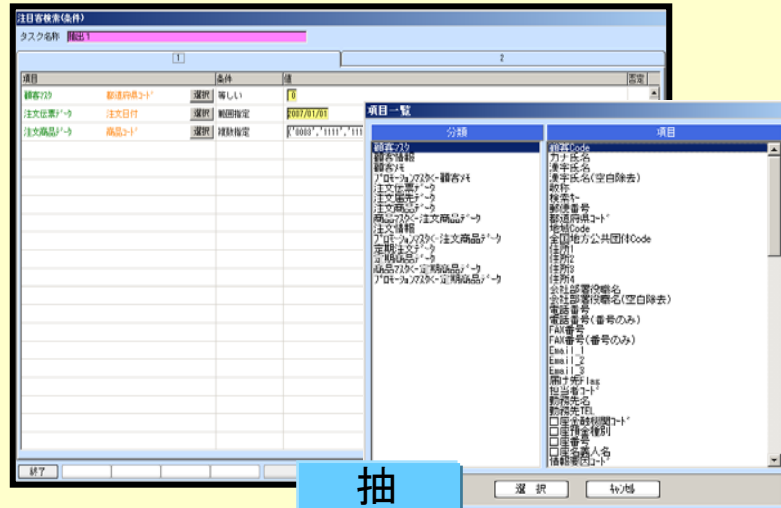




7-7 販促処理

「田舎主義」

細かい条件が指定できる抽出機能。的確でムダのないダイレクトマーケティングを実現



抽出



予約用注文書・DMシール

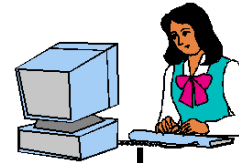
メール同報送信(メールオーダーオプション)

顧客管理が売上を伸ばす大きな役割を占めています。的確でムダのない効率的な抽出や分析ができるかどうかは、希望する抽出条件が指定できるかにかかっています。



7-9 ポイント管理

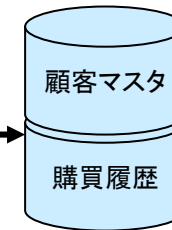
注文入力



注文登録

カタログ商品
売上データ取込
ポイント加算

商品券/値引
ポイント還元



ポイント還元入力

ポイント還元方法入力

0:商品券

3枚まで発行可能
3枚発行

1:値引き

3,822円まで値引き可能
円 値引き

今回使用ポイント
1,500

還元しない(F2) OK(F9)

商品券
¥500-

現在ポイント表示

購入累計ポイント 2,028 還元済ポイント 117 現在ポイント 1,911

注文番号	注文日付	請求金額	(消費税)	入金金額	請求残高	売掛確定日	回収方法	入金日付	購入ポイント	還元(商品券)
2190	2003/01/29	2,800	0	0	2,800	2003/01/29	代金引換え			0
2191	2003/01/29	3,000	0	0	3,000	2003/01/29	郵便振替			39
2192	2003/01/30	3,500	0	0	3,500	2003/01/30	郵便振替			0
2194	2003/02/04	1,497	75	0	1,497	2003/02/04	代金引換え			0
2195	2003/02/04	4,150	150	4,150	0	2003/02/04	代金引換え	2003/02/04		0
2196	2003/02/14	3,150	150	0	3,150	2003/02/14	代金引換え			0
2198	2003/03/04	2,505	75	2,505	0	2003/03/04	クレジット	2003/03/04		0
2202	2003/04/04	3,150	150	0	3,150	2003/04/04	代金引換え			0
2203	2003/04/04	3,150	150	0	3,150	2003/04/04	郵便振替			39
2204	2003/04/04	3,072	150	0	3,072	2003/04/04	郵便振替			39
2205	2003/04/04	51,372	2,450	0	51,372	2003/04/04	郵便振替			1,911



7-10 統計分析例



日時別顧客対比

日付	金件	見込み	構成比	新規	構成比	リピート	構成比	定期	構成比	構成比グラフ
2006/03/27	34	1	2.6%	6	23.6%	17	36.3%	15	38.2%	
2006/03/27(月)										
2006/03/28	46	0	0.0%	14	31.1%	22	49.3%	9	20.0%	
2006/03/28(月)	▲11	+1		▲9	▲83.3%	▲10	▲44	+3	+8.2%	
2006/03/29	▲32.4%	+100.0%		▲76.0%		▲83.3%		+30.8%		
2006/03/31	36	0	0.0%	14	38.3%	12	33.3%	10	27.0%	
2006/03/31(月)	▲2	+1		▲6	▲75.0%	+0.0%	+0	+3	+23.1%	
2006/04/01	▲5.3%	+100.0%		▲75.0%		+0.0%		+23.1%		
2006/04/02	27	0	0.0%	8	23.0%	10	37.0%	9	39.3%	
2006/04/02(月)	+7	+1		+0	+0	+2	+4	+4	+4	
2006/04/03	+20.8%	+100.0%		+0.0%	+0	+16.7%	+30.8%	+30.8%		
2006/04/03(月)	▲3	4	0.3%	11	25.0%	10	23.3%	10	41.0%	
2006/04/04	49	4		▲3	▲37.5%	+2	+4	▲30.5%		
2006/04/04(月)	▲16.5%	▲100.0%		▲37.5%		+16.7%		▲30.5%		
2006/04/05	37	6	16.8%	6	16.8%	11	34.4%	9	28.1%	
2006/04/05(月)	+2	+6		+4	+44	+4	+44	+4	+44	
2006/04/06	+5.3%	▲50.0%		+25.0%	+0.0%	+0.0%	+0.0%	+0.0%		
2006/04/07	55	2	3.6%	15	27.3%	13	23.6%	25	45.5%	
2006/04/07(月)	▲11	▲1		▲9.7%	▲1	▲12	▲12	▲30.5%		
2006/04/08	▲11.0%	▲100.0%		▲9.7%		▲8.3%		▲30.5%		
2006/04/09	28	0	0.0%	7	24.1%	5	17.2%	17	56.6%	
2006/04/09(月)	+5	+1		+1	+12.5%	+7	+50.0%	▲30.0%		
2006/04/10	+14.7%	+100.0%		+12.5%		+50.0%		▲30.0%		
2006/04/11	49	7	14.5%	14	28.6%	19	39.8%	9	18.4%	
2006/04/11(月)	▲10	▲8		▲76.0%	▲7	▲4	+4	+4		
2006/04/12	▲44.1%	▲100.0%		▲76.0%		▲58.3%		+30.8%		
2006/04/13	33	4	12.1%	11	33.3%	11	33.3%	7	21.2%	
2006/04/13(月)	+1	+3		▲37.5%	+6.2%	+1	+6	+48.2%		
2006/04/14	+2.3%	▲100.0%		▲37.5%		+6.2%		+48.2%		

獲得時期別離脱状況

獲得時期	獲得人数	離脱人数	当月	1ヶ月後	2ヶ月後	3ヶ月後	4ヶ月後	5ヶ月後	6ヶ月後	7ヶ月後	8ヶ月後	9ヶ月後	10ヶ月後
2004年01月	510	382	離脱数 0	0	74	145	27	26	31	27	19	12	11
			残存率 100.0%	100.0%	85.5%	87.1%	81.8%	48.7%	40.8%	35.3%	31.8%	28.2%	27.1%
2004年02月	619	502	離脱数 0	0	155	176	31	32	24	25	15	17	11
			残存率 100.0%	100.0%	75.0%	74.2%	71.2%	68.0%	62.1%	58.1%	52.9%	48.9%	41.2%
2004年03月	561	459	離脱数 0	0	196	104	81	29	19	21	20	14	12
			残存率 100.0%	100.0%	85.1%	46.5%	41.9%	35.6%	32.4%	28.2%	25.1%	22.8%	20.6%
2004年04月	463	378	離脱数 0	0	96	177	18	15	18	12	16	10	13
			残存率 100.0%	100.0%	79.3%	41.0%	37.1%	33.3%	30.0%	27.4%	24.0%	21.8%	18.0%
2004年05月	544	433	離脱数 0	0	110	182	30	23	18	21	19	15	6
			残存率 100.0%	100.0%	79.8%	48.3%	40.8%	36.8%	33.3%	29.4%	26.3%	23.2%	24.1%
2004年06月	569	447	離脱数 0	0	85	186	35	27	19	28	21	19	6
			残存率 100.0%	100.0%	85.1%	70.8%	44.5%	39.7%	38.4%	31.5%	27.3%	24.4%	23.4%
2004年07月	450	348	離脱数 0	0	109	103	33	26	22	19	19	7	8
			残存率 100.0%	100.0%	76.8%	52.9%	45.8%	38.6%	34.9%	32.0%	29.1%	27.9%	21.8%
2004年08月	285	208	離脱数 0	0	41	89	19	20	15	10	11	3	7
			残存率 100.0%	100.0%	85.6%	81.4%	64.7%	47.7%	42.5%	39.3%	35.1%	31.8%	28.6%
2004年09月	309	237	離脱数 0	0	70	69	29	18	10	8	12	7	10
			残存率 100.0%	100.0%	77.8%	55.0%	45.3%	33.8%	28.8%	24.0%	20.7%	17.8%	14.8%
2004年10月	385	272	離脱数 0	0	78	86	18	25	12	11	19	18	12
			残存率 100.0%	100.0%	79.8%	54.4%	49.3%	42.3%	38.3%	35.8%	32.1%	28.5%	25.1%
2004年11月	352	262	離脱数 0	0	71	77	29	15	25	10	10	11	6
			残存率 100.0%	100.0%	79.8%	59.0%	50.0%	45.7%	38.3%	35.8%	30.0%	29.3%	21.8%
2004年12月	247	183	離脱数 0	0	48	50	15	17	13	11	14	8	2
			残存率 100.0%	100.0%	80.2%	58.9%	58.9%	47.0%	41.7%	37.2%	31.8%	28.8%	27.6%
2005年01月	401	312	離脱数 0	0	79	98	38	25	22	16	10	3	11
			残存率 100.0%	100.0%	80.3%	55.6%	46.1%	39.8%	34.4%	30.4%	27.3%	25.7%	22.9%

商品別購入間隔

商品コード	1回のみ	リピータ	1日~29日	30日~59日	60日~89日	90日~119日	120日~149日	150日~
3000	4	0	0	0	0	0	0	0
3001	15	5	0	0	0	0	0	0
3002	11	2	0	0	0	0	0	0
3003	8	3	0	0	0	0	0	0
3004	3	1	0	0	0	0	0	0
3005	4	1	0	0	0	0	0	0
3006	5	1	0	0	0	0	0	0
3007	11	1	0	0	0	0	0	0
3008	8	8	0	0	0	0	0	0
3009	5	3	0	2	0	0	0	0
3010	7	3	0	0	0	0	0	0
3011	6	1	0	0	0	0	0	0
3012	4	1	0	0	0	0	0	0
3013	1	0	0	0	0	0	0	0
3014	0	1	0	0	0	0	0	0
3015	0	1	0	0	0	0	0	0
3016	0	1	0	0	0	0	0	0
3017	0	1	0	0	0	0	0	0
3018	1	0	0	0	0	0	0	0
3019	1	0	0	0	0	0	0	0
4001	4	2	0	0	0	0	0	0

地域別年月別顧客構成

地域	2005/01		2005/02		2005/03		2005/04		2005/05	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
不明	1	20.880	1	9.240	2	45.180	1	4.082	2	40.882
	0.0	0.1	0.1	0.1	0.3	0.3	0.0	0.1	0.1	0.3
北海道	05	489.133	81	472.435	06	531.238	77	455.774	84	500.059
	3.2	3.0	3.3	3.4	3.3	3.2	2.9	3.4	3.1	3.1
青森県	14	83.680	14	84.000	15	83.240	17	77.553	21	118.083
	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7	0.5	0.6	0.7	0.7
岩手県	15	78.705	18	101.041	20	114.481	18	101.080	23	117.670
	0.6	0.5	0.7	0.7	0.9	0.7	0.6	0.3	0.7	0.7
宮城県	34	205.742	25	187.770	27	184.389	27	142.179	34	217.089
	1.3	1.3	1.0	1.1	1.1	1.0	1.1	0.8	1.4	1.4
秋田県	13	80.386	16	101.306	13	83.414	10	50.802	9	54.022
	0.5	0.5	0.6	0.7	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3
山形県	16	85.438	19	119.460	16	93.659	22	139.082	20	109.923
	0.6	0.5	0.8	0.9	0.6	0.6	0.9	0.9	0.7	0.7
福島県	23	119.956	23	141.834	18	97.824	16	82.862	14	68.282
	0.9	0.7	0.9	0.9	0.7	0.6	0.7	0.6	0.6	0.4
茨城県	56	329.701	41	224.951	47	281.152	37	238.369	41	238.189
	2.2	2.0	1.7	1.6	1.9	1.8	1.5	1.6	1.6	1.6
栃木県	30	185.586	30	180.525	30	182.988	26	146.905	30	166.920
	1.2	1.1	1.2	1.2	1.2	1.1	0.9	1.2	1.0	1.0
群馬県	27	129.479	22	136.010	23	156.366	23	136.526	20	123.300
	0.9	0.8	0.9	0.9	0.9	1.0	0.9	0.9	0.8	0.8
埼玉県	173	875.401	175	1,038.838	160	917.611	154	863.718	167	865.708
	6.9	6.0	7.1	6.9	6.9	6.9	6.3	6.5	6.5	6.0



「田舎主義」

「田舎主義」®



株式会社 松山電子計算センター 〒790-0003
流通グループ 愛媛県松山市三番町4丁目9-12
TEL:089-934-7722 FAX:089-934-7780
「田舎主義ホームページ」 <http://www.mccwave.co.jp/inaka/index.html>
E-mail y.ochi@mccwave.co.jp