

業種別ソリューション

通販 & 食品小売り

～商店経営に重要なIT戦略を支援します～



直営店舗や百貨店地下売り場と、最近売上の増加しているネットショップや通信販売など、多様な販売方法を支援します。従来の卸売り販売システムから、直販ビジネスへ切り替えるための、戦略的な情報システムをご提案します。標準的な運営手法をパッケージシステムを利用して実現することができます。

こんな運用をご提案します。

通信販売と顧客満足度の向上をめざします

- 自社サイトを中心に、楽天やYahooなどのネットショップと、電話注文による通信販売業務に標準的な業務システムを導入することで、顧客満足度の向上につながります。
- お客様の基本情報と購買履歴情報をもとに、データ分析を活用することで、リピート顧客の比率向上を狙います。お客様シェアアップなど、営業面での有効活用をめざします。

店舗の売上や在庫の管理が充実します

- 直営店と百貨店売り場を一元管理することで、商品販売状況を正確に把握します。売上や在庫情報を分析することで、お客様に支持される店づくりに貢献します。
- 商品の売上と在庫を把握にして、商品別の在庫効率アップをめざします。売れる商品は十分な補充をし、不振商品の在庫量をコントロールします。

取引先・物流センターの機能を実現します

- 全店を統合管理することで、百貨店やFCとの取引も明快に自動化します。消化型の店舗や買取型の設定をすることで、取引を正確に処理します。
- 店舗からの補充要望により、物流センターの在庫引当や出荷処理までの業務を効率化します。

有効な利用事例

～正確な売上情報でリアルタイム経営～

例えば…

- 売上状況は閉店後でないとは確認できない。

1. 本部側で各店舗の売上状況をリアルタイムに把握/分析することが可能。
2. 店舗側ではPOSにて自店の売上情報をリアルタイムに分析することが可能。

現場主義なら各社のPOSと接続できます。…

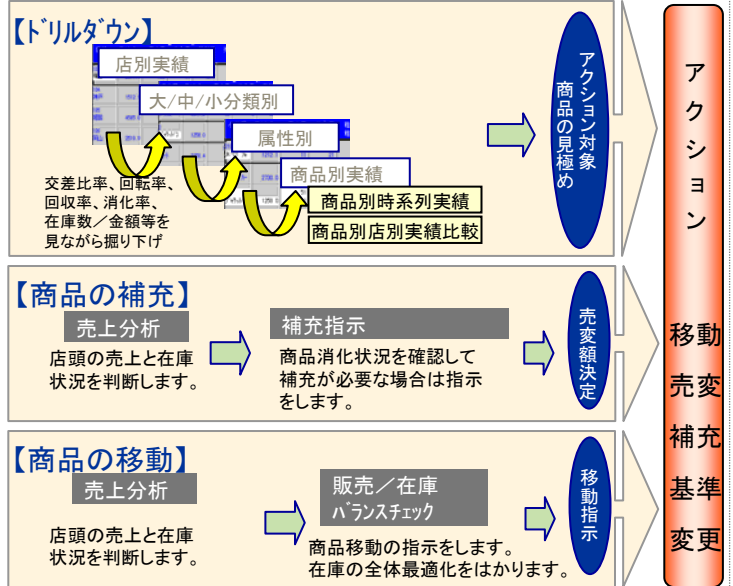
～的確な情報分析による指示の迅速化～

例えば…

- 店舗ごとの売れ筋・死に筋や、客層などの傾向がつかめない。
- 欠品防止のために対策をする必要がある。



専門店ソリューションなら…



1. 店舗や商品群から商品までを掘り下げるにより、対処すべき商品を見極め、適切な指示を行うことが可能です。
2. 鮮度や在庫日数などの条件より、補充を行う対象商品を抽出し、補充数を決定し指示を行います。
3. 店舗別の格差がある商品を抽出し、店舗別の販売/在庫のバランスチェックを行い、移動等の具体的な指示します。

～徹底した店舗運営の作業効率化・標準化～

例えば…

- 発注作業に時間がかかりすぎる。正確に処理できない。
- 電話連絡や書類が多い。



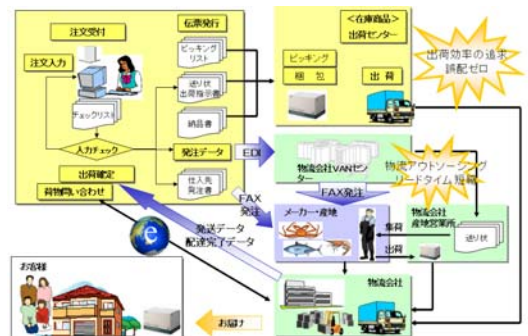
専門店ソリューションなら…



1. 店舗内での煩雑な補充発注や入荷検品作業をシステム化し、発注、検収、棚卸などの作業を効率化することが可能です。
2. 移動、返品等の伝票をペーパーレス運用。また、各種通達の電子化により、コスト削減を図ります。
3. FC店舗や百貨店との取引も自動化し、。

～ネットショップや通販業務も統合管理～

1. 楽天やYahooからメールオーダーを取り込みます。
2. 自社サイトの注文データを自動取り込みします。
3. 物流センターに出荷指示をします。
4. 店舗や物流と商品の一元管理を行います。
5. 店頭顧客とネット通販顧客を一元管理します。
6. 顧客満足度の向上をめざします。



ソリューション導入のメリット(商品管理)

<本部>

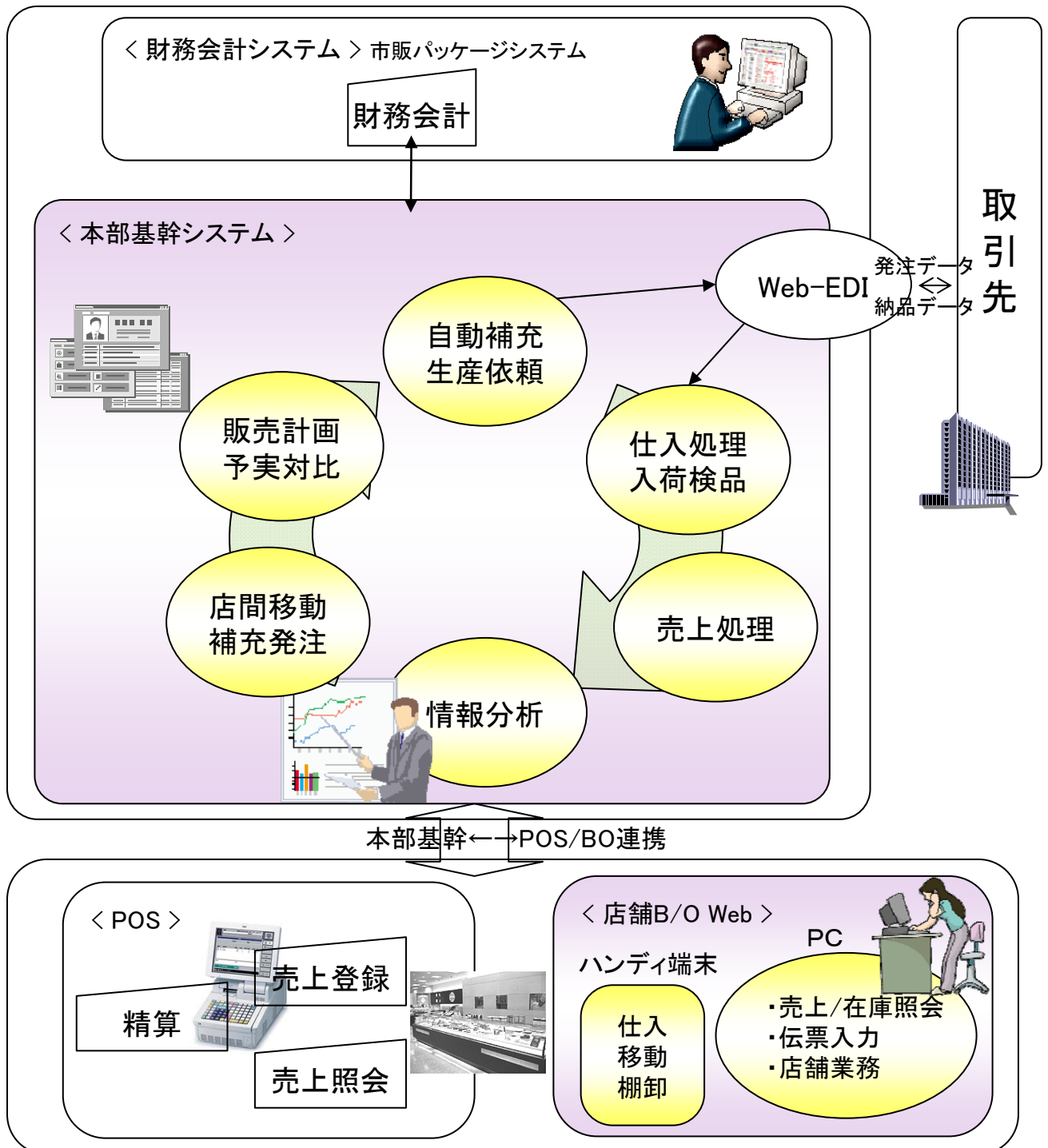
- ・各店舗の部門別売上在庫情報を把握することで、経営判断のスピードアップが期待できます。
- ・正確なデータが週次単位に確定され、52週管理による課題への対応が行えます。
- ・店舗～部門～商品、必要な情報を必要な角度からドリルダウン分析することができます。
- ・MD～会計システムの連携により、経営に必要な財務情報を的確に判断できます。

<店舗>

- ・店舗にしながら本部情報(在庫, 売上等)を確認できるため、より精度の高い商品管理が行えます。
- ・店舗業務(販売, 検品, 棚卸業務等)の負担を軽減し、店舗運営をより効率的に行えます。
- ・店頭で顧客購買履歴情報を把握することで、顧客サービスの向上に役立ちます。

業務運用イメージ

予算～発注～仕入～売上～情報分析～財務会計をカバーした統合ソリューションです。



ソリューション導入のメリット（通販顧客オプション）

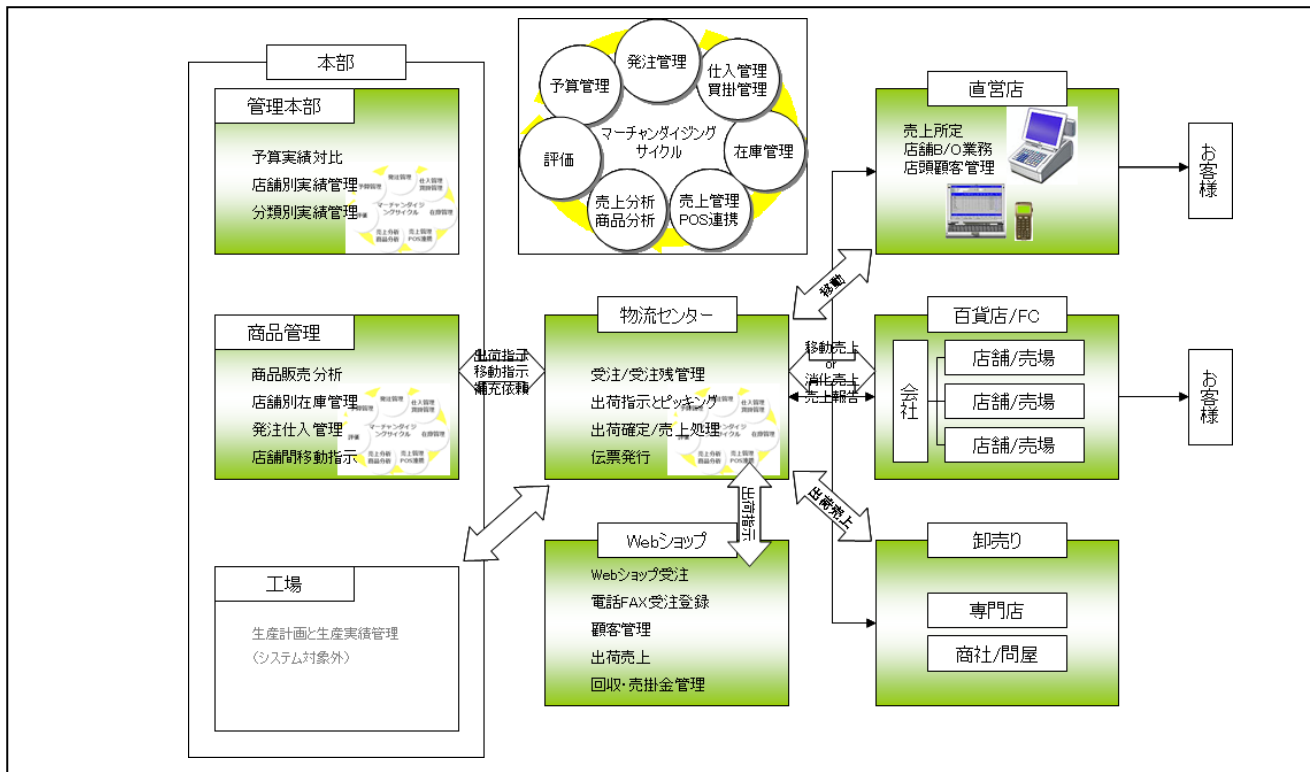
<本部>

- ・お客様の特性や購買状況を把握することで、レポート売上比率の向上が期待できます。
- ・ダイレクトマーケティングの標準的な手法を利用することができます。（直販ビジネスへの集中）
- ・クレームやお客様の要望を統合管理することで、社内の情報共有と顧客満足度の向上をめざします。

<店舗>

- ・店頭でのポイント管理が充実し、販売促進につながります。
- ・店頭での接客に、過去の購買履歴データを活用することができます。

業務運用イメージ



受注から出荷までの流れ図

