

経営に関する最新情報をお届けします！

# 経営トピックス

Management topics



顧客管理で売上アップに！

顧客管理ツール活用のコツ

町田市経営診断協会 佐々 裕一（中小企業診断士）

し、その顧客情報を十分に活用出来て  
いますでしょうか。また、お客様が増  
えて1,000名以上の顧客情報を管  
理したり、顧客情報をもとにお客様へ  
何らかのアプローチを考えて実行した  
りするのも、なかなか大変なのはな  
いでしょうか。顧客管理ツールを活用  
することが出来るかもかもしれません。

## 顧客管理ツールの活用方法について

・理美容業（理髪店・美容院）では：  
お客様の髪質やフアツション、趣  
味・嗜好などの情報や来店月日を記録  
しておくことで、次回の来店時期に來  
店を促すメールや髪質に合う製品のキ  
ャンペーンのメールなどを送信するこ  
とが出来ます。  
・飲食業や宿泊業（ホテル・旅館）では：  
予約の管理に利用し、予約日の前日  
に予約確認メールを送信することや、  
顧客情報をもとに記念日や誕生日に合  
わせて、お祝いのレターやクーポンを  
送るといった使い方も出来ます。

## 顧客管理ツールで出来ること

- ①顧客情報の記録・管理  
・氏名、住所、電話番号、メールアドレス  
レスなどの基本的な情報
- ・趣味・嗜好などの付加的な情報
- ②顧客へのアプローチとその記録  
・顧客対応の履歴  
・一括メール送信  
・DM（ダイレクトメール）などの宛  
名ラベル印刷

さらに、クラウドという環境とスマ  
ートフォンに対応した顧客管理ツール  
では、何時でも何処でもスマートフォン  
やパソコンを使って顧客情報やアプ  
ローチ情報を見ることが出来ます。  
③顧客情報とアプローチ情報の共有化  
（一元管理）

## 具体的な活用事例の考察

卸売・小売業である、酒屋さんを事  
例として考えてみましょう。今や酒屋  
さんの競合はコンビニエンスストアや  
ディスカウントストアです。対抗して  
いくためには、商品の種類を絞り（特  
徴を出す）、そしてあまり知られていな  
い小さな作り手の酒を定価（値引きし  
ないで）で販売するという戦略が考え  
られます。つまり、コンビニやディス  
カウントストアで買える商品（大量・  
低価格販売の商品）を主力商品とせず、  
こだわりの持った小さな酒蔵・ワイナ  
リーの日本酒や焼酎、ワインなどを主  
力商品として取り扱うということでは  
す。そして販売に際して、個人のお客様  
に対しては、要望を細かく聞いてイメ  
ージに合う1本を選び、造り手の様  
子・人柄などに関する情報（付加価値）  
を提供すること、飲食店・施設など  
の得意先に対しては、お店のコンセ  
プト、メニュー、客単価、お酒の予算  
や原価率などを聞いてお店に合うお酒  
をアドバイスすることなどを行う必要  
があると思います。

何らかの形で見える化し管理しておく  
必要が生じます。顧客カードなどの紙  
媒体でも良いですが、お客様の数  
が多くなった場合、管理が大変であり、  
該当のお客様を探すための作業に時間  
がかかったりするでしょうから、可能  
な範囲で顧客管理ツールを活用するこ  
とも考えられます。そうすれば次のよ  
うな顧客へのアプローチも行えます。  
個人のお客様に対しては、  
①全てのお客様へ、新しいお酒の入荷  
案内を酒蔵・ワイナリーの紹介など  
の記事を付けてメールで送信する。  
②特定のお客様へ、好みに合ったお酒  
の入荷案内のメールを送信し、予約  
を受け付ける。  
飲食店・施設などの得意先に対しては、  
①問い合わせや要望、対応、販売など  
の履歴・予定を記録・管理すること  
が出来ます。これにより得意先への  
アプローチ状況をわかり易く把握す  
ることが出来ます。  
②将来、アンテナショップなどを設け  
て多店舗化した様な場合には、クラ  
ウド環境のツールに移行すること  
で、顧客情報とアプローチ情報を一  
元管理し、多店舗からアクセスする  
ことが出来ます。

## おわりに

顧客管理ツールには様々なものがあ  
りますので、身近なところから活用を  
考えられて、お客様とのコミュニケー  
ションを活性化し、売上の向上を図ら  
れてはいかがでしょうか。