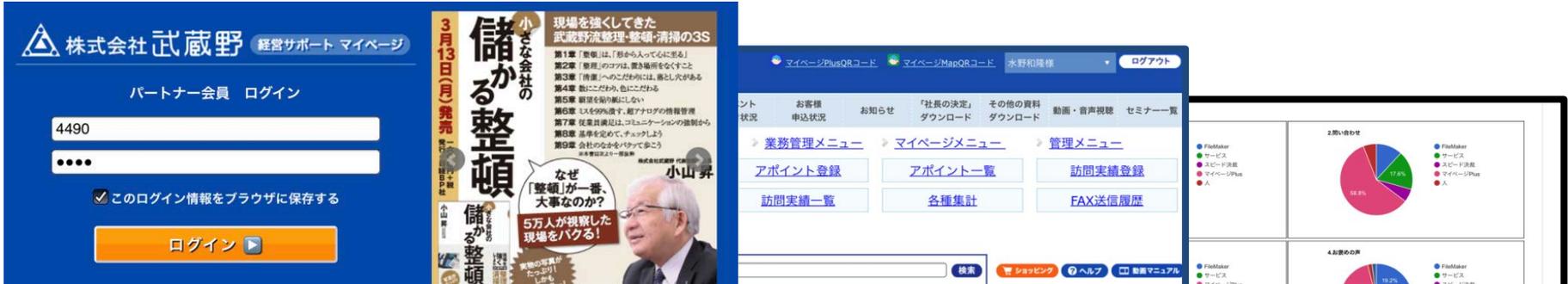


お客様の生の声を経営者に届ける 「武蔵野マイページ」・「マイページPlus」を使って残業削減



＜武蔵野マイページ・マイページPlusの特長＞

「お客様の声」（定性情報）等に特化し、お客様の情報を必要最小限に絞って経営者に伝える仕組みです。

＜武蔵野の考え方＞

「経営者（トップ、社長）は決定とチェック、幹部（社員）は実行」と考えており、トップが決定するための情報（お客様の声、ライバル情報→自分の考え）だけを武蔵野マイページに集めています。そのため、ナレッジ等を排除して、やらないことを決めてます。

IT化の開発をする時に、良い事（やった方が良さだろう）からのものではなく、成果（社長が決定する）が出るための仕組みであることという考えから作られているシステムです。

＜斬新的ポイント＞

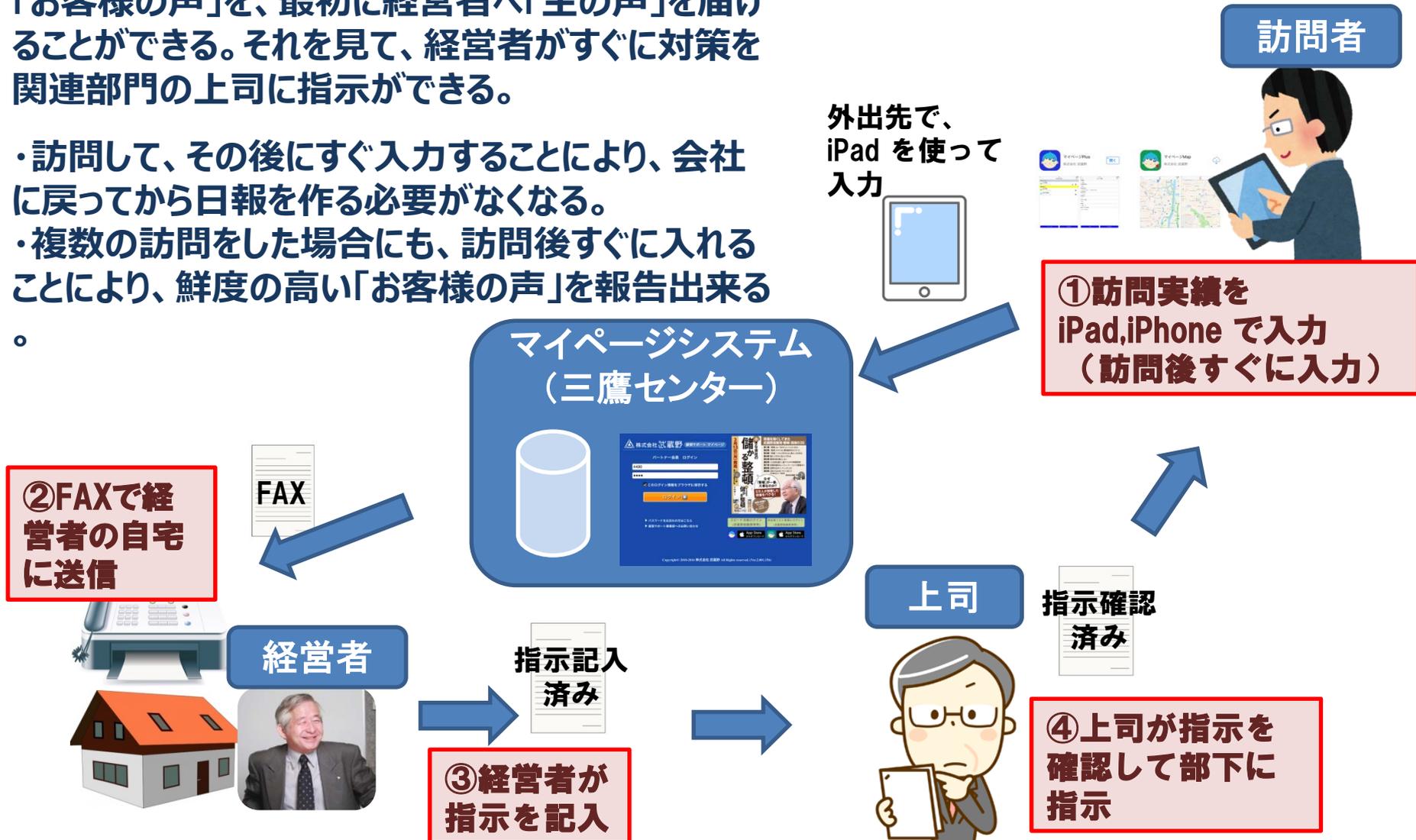
- 1) システムに機能を入れすぎず、必要十分な機能だけに絞っています。
- 2) 従業員の全員（約600名）が使うことができます。（社員、パート・アルバイト等へ勉強会を実施して、底上げをしています）
- 3) mobile端末として、iPadを610台購入して、従業員がいつでも、どこでも、隙間時間があれば使えるので、細切れの時間も活用できています。回線が接続していないと使えないというWebアプリだけではなく、非同期でも使えるiOSアプリも準備しました。

「お客様の声」を武蔵野マイページで経営者へ届ける仕組み

＜仕組みの特長＞

「お客様の声」を、最初に経営者へ「生の声」を届けることができる。それを見て、経営者がすぐに対策を関連部門の上司に指示ができる。

- ・訪問して、その後すぐに入力することにより、会社に戻ってから日報を作る必要がなくなる。
- ・複数の訪問をした場合にも、訪問後すぐに入れることにより、鮮度の高い「お客様の声」を報告出来る。



ITによる情報の共有が現場でのクレーム対策に有効！

■ 情報は人にではなく、お客様につける

普通の会社は、お客様の情報が、営業マン個人についています。

住所や名前といったお客様に関する基本的な情報は基幹システムやお客様台帳で管理しているが、これまでの取引の経緯や商談進捗情報は、だいたい担当者が日報を書いて終わりです。

日報は、書いた本人と上長しか見られませんから、他の社員は、自分の担当外にお客様については、何も知りません。

この状況で取引の経緯を何も知らない社員がクレーム現場に駆けつければ、たしかにお客様の怒りに火をつけかねないでしょう。

武蔵野は、自社で開発したソフト（武蔵野マイページ）を使って、情報を人にではなくお客様につけています。

そのため担当外の社員でも、そのソフトにアクセスしてみればこれまでの取引や現在の商談の状況を即座に把握できます。現在進行形の詳細な情報までわかり、本来の担当者と同じような対応ができます。

【参考文献】

「IT心理学」 小山昇著書 プレジデント社

株式会社武蔵野 経営サポート事業本部
(<http://www.m-keiei.jp/>)
〒184-0011 東京都小金井市東町4-33-8
TEL : 042-380-6340