

新車販売支援ソフト外販

日産東京販売系

顧客分析から業務効率化まで

優良客の囲い込みに一役

日産自動車系の東京日産コンピュータシステムは自動車販売向けの営業管理ソフトを外販する。顧客分析から業務効率化サービスまでをパッケージ化したサービスを開発した。新車販売は営業マンの経験や勘に頼ってきた部分も多く、IT技術の導入が遅れている。自動車販売の営業現場で活用する。事後の検証も毎月レポートの形で提供する。過去の販売実績をはじめビッグデータの解析で顧客を属性ごとに分け、優先度の高い順にスコアリングする解析モデルを生かす。

営業支援サービス「ITte」を売場など業務効率化やコールセンター業務など、主に動する仕組み。例えば、8つのサービスを組み合わせ、傘下に20〜30店舗を持つ

販売店では、主力の予測・分析サービスが月30万円程度になる。これまで蓄積した販売データから購入率の高い

顧客を絞り込んだ顧客リストを作成し、実際の自動車の営業現場で活用する。事後の検証も毎月レポートの形で提供する。過去の販売実績をはじめビッグデータの解析で顧客を属性ごとに分け、優先度の高い順にスコアリングする解析モデルを生かす。新車販売は約8割が過去に取引のあったリピーター。従来は紙でリスト化した顧客データから、車検前など車が売れやすい時期の顧客を抽出して営業していた。この手法は営業マンの経験や勘に頼る部分が大きく、変則的に動く顧客を捕まえないケースもあった。インターネットや「ツイッター」などSNS(交流サイト)でのキャンペーンや反応分析も支援する。中小型の販売店がカバーしにくい部分まで一貫してバックアップし、優良顧客の囲い込みにつまずく全国120社強の日産系販売店の半分以上での採用を目指す。すでに20社が取り入れた。数式を微調整すれば日産車以外でも対応できるといい、系列外の販売店に

東京日産コンピュータシステムは日産系販売店で最大の日産東京販売系で、データセンター業務や自動車関連の受発注システムの構築などを手掛ける。2017年度の売上高は93億円だった。(山本夏樹)

「ITte」の主なサービス
予測・分析サービス
ビッグデータから顧客の購入確率を算出、可能性が高い顧客をリスト化
デジタルマーケティング
ソーシャルメディア(SNS)での顧客分析やキャンペーン実施を支援
コールセンター業務の受託
来店誘致や新たな顧客開拓、顧客フォローの取り込みサービスを提供
業務効率化支援サービス
チャット型接客、勤怠管理、ファイル共有など「インターネットストレージサービス」、「セキュリティサービス」「ファイルサーバー」などのサービスに対応

自動車販売の営業現場ではIT技術の導入が遅れている(都内の日産系販売店)

