

地域
密着

システムを
活用し、始めています・シリーズ



マップクラウドピア.com <http://www.reform-mctopia.com/>

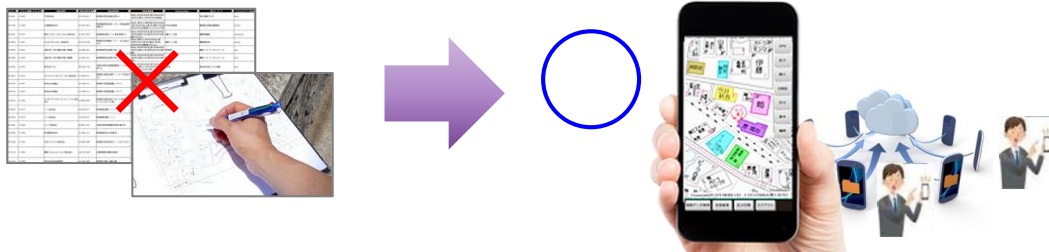
「お客様を良く知り」、「お客様に寄り添い」、「二回 同じ事を聞かない」こと
「RFM分析※を取り入れた営業をさらに進化・深化するため」に導入。



導入前



- ☑ 冊子地図と顧客リストの照らし合わせに時間がかかった。
- ☑ 冊子地図が劣化し、何を書いたか見にくくなった。
- ☑ 全社的に共有がされていないリストがあった。（個々のExcel管理）



今後の期待



営業
外廻り
最大効率化

ついで営業
顧客の
固定化

深耕営業力
アップ

※RFM分析とは・・・

直近性 **Recency** 頻繁性 **Frequency** 富裕性 **Monetary**

の3つに着目。

過去の顧客の中から優良顧客を見つけ出す手法として用いられるもの。