

今一度バッチ処理で貢献

1. コンピュータの3大機能

右掲は、私が勤務したトヨタ系販売店で昭和50年（'75年）に導入して頂いた世界初のオフィスコンピュータIBMシステム/32（上）とデータ入力装置IBM3742そしてディスク（FPD）です。それまでのコンピュータは専用の部屋が必要でしたが、オフィス環境に設置して処理できるという画期的な物でした。真ん中のデータ入力装置3742で8インチディスク（下）にデータを入力して赤い矢印（→）の箇所から読み取らせてデータ処理し、その結果をディスクに書き込んで保存できました。赤丸（○）の箇所はディスク（13.7MB）があり、OS やプログラムそしてマスターなどのデータを入れていました。赤い四角（□）はディスプレイで赤い台形部のキーボードから指示を入れた物を見えたり、ジョブの進行を表示したりしていました。赤い三角（△）はプリンターで購入した機種は96文字のベルトで155行/分のラインプリンターでした。

このシステムの画期的な点は、

・キーボード ・ディスプレイ ・ディスク（記憶） ・プリンター ・読取装置

がオールインワンで提供された事です。それ以前は、各装置を別々に持ちケーブルでつないでいたのです。また、データ媒体にディスク（FPD）を採用したので、従来のカードや紙テープではない利便性が提供されました。また、OCLと言っていたが、プログラムを走らせる言語をディスクに格納してプロシージャとしてキーボードで操作できたのです。それ以前は、カードにOCL文を一行ずつ打ち込み、それを順番に読ませて実行していたのです。カードを落とすと並べるのに苦労したという話を聞いた事がありました。

このIBMシステム/32でコンピュータの3大機能（当時）と言われていたバッチ処理の醍醐味

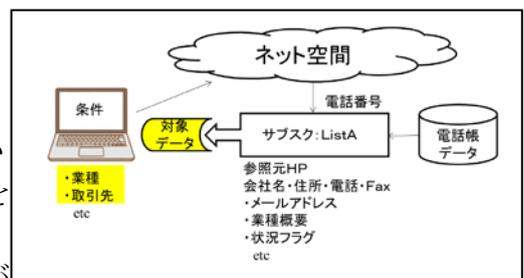
・大量処理 ・高速処理 ・正確な処理

を体感したのです。しかし、笑い話ですが、経理などから入力用の伝票を送って来てデータを統計処理するのですが、その結果を見て「おー、合っている」と確認される状況でした。こんな状態なのでコンピュータのメリットを發揮できず「金食い虫」と呼ばれる事が多かったのです。

しかし、ゲーム・チェンジャー的な事がこのシステムで実現できたのです。それは、新車の注文書をデータ化して保存し、車検到来期に「車検ハガキ」を印刷して発信した事です。この時は、オイルショックで新車販売が前年比50%程度に落ち込んだ状況でしたが、社長の指示で「車検ハガキ」を発信してサービス部門の売上が前年比150%に伸びて社長から頂いた「クルマが売れるコンピュータ」の第一歩を踏み出す事が出来たのです。勿論、「金食い虫」の声も出なくなり、その後のコンピュータ導入の道を切り拓いたのです。

2. 大量処理の醍醐味

若い時にバッチ処理の醍醐味を味わっていますので、今も大量処理が大好きです。右掲は、弊社が契約しているサブスクのリストツール ListA の概念図です。最近、あるお客様向けに「建設業・工務店」のキーワードで電話帳データから18万5千件の大量データを抽出して、さらに、電話番号をキーワードにしてネット検索して Fax 番号や URL・メールなどを付加するバッチ処理をしています。抽出だけなら時間が余り苦にならないのですが、ネット検索して Fax 番号などを付加する作業は時間がかかり、なんと1週間もかかるもので、出来上がった時の感激は一入です。



3. レトロなFaxDMで貢献

右掲は弊社のお客様で実施したFaxDMの例です。建築・土木向けの商材で新規開拓する物です。同社は全国卸の位置付けなので、まず、機械工具販売店を抽出して、そのデータをお客様が吟味して4500件程度に絞り込みましたが、結構、反応が良く、すぐに見積依頼が来たりしたのです。勿論、継続取引が望ましいので、その後のお客様活動が課題になりますが、手段の1つにFaxDMでの情報案内もあります。

そして、圧巻なのは前項の18万5千件のデータです。これにFax番号を付加すると〇〇件に減少するのですが、1件10円で送信すると計算しても一挙に送ると予算オーバーしますので、地域毎に計画的に送信して、直ユーザーへマーケティングを掛けるのです。ユーザーによっては販売店経由になるケースもあり、メリットが大きいお客なら直接販売の可能性もあり得る戦略です。

ある方は「FaxDMはオフコンや、使い方によっては価値がある」とおっしゃいましたが、B2Bの場合、企業なら100%普及しているFaxは有効な手段なのです。企業の場合、多くは紙でアウトプットされるので内容が一目瞭然なので、FaxDMを仕訳する方は女性社員が多いのですが担当者へ手渡して頂けるケースが多いのです。このようにレトロ感があるFaxDMですが、マーケティング手段として見直して頂き、「迷惑Fax」の課題も赤く困った箇所のように不要な場合の連絡先を書いておくと「不要」と大きく書かれますがFaxで返信されるので、従来のように電話でクレームというケースは少なくなっています。



4. レトロでも「すぐやる、トコトンやる」

弊社が提供するFaxマーケティングは、右掲のように一連の事を一気通貫で提供しています。経営コンサルティングで「会社の顔」をハッキリさせ、それを反映した商品を選択して、デザイン(FaxDM・HP)を行ない、さらに、対象データをListAで抽出して一斉同報までを行っています。さらに、「追いチラシ」とありますが、潜在客と言いますが内容に興味を持ったがアクションしない客にコピーを見せて「これ、見て下さいましたか」と一声かけて、会話を行なうようにして頂いています。潜在客はレスポンスの10倍と統計的にも経験的にも分かっていますので、効果が高くなるのです。実際に、配送の女性パートが一声かけて商談を引き出している事例が多くあります。

- ・コンサルティング
- ・商品会議
- ・商品をデザイン (Fax、HP)
- ・対象データ抽出
- ・一斉同報送信
- ・「追いチラシ」
- ・案件管理

最近、SNSマーケティングが盛んでSIPS【Sympathize(共感する) Identify(確認する) Participate(参加する) Share&Spread(共有・拡散する)】時代と言われて「共感」がキーワードになっていますが、FaxDMも一声かけて「共感」を呼び起こす事で潜在客を顕在化しています。確かに、Fax機は古くから普及しておりレトロ感がありますが、マーケティング機能として活用すると高い効果を発揮しています。費用対効果と言いますが、弊社は顧問料の中で一連の作業を提供していますので、「すぐやる」は勿論の事、「トコトンやる」で案件管理の手法を提供して「先行管理」の概念を売上＝実績＋受注残＋PP(見積)＋SP(案件)の公式で実践して頂いています。ポイントはPP(Prospect: 見積)とSP(Suspect: 案件)なのです。リピートばかりではPPもSPも少なく受注残はほぼゼロになり、その日暮らしますが、新規案件を行なうと受注残が多くなり、PPもSPも多くなるので管理項目として重要になるのです。レトロな手段のFaxですが、FaxDMで最新のSFA戦略を実践して頂けるのでお客様にはレトロフィットとなって機能しています。

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryu.html> にあります！】