e－ビジネスCRMソリューションへの取組

佐々木　誠*　鈴木克志***
二井正雄*　角谷　徹*
藤原聡子**

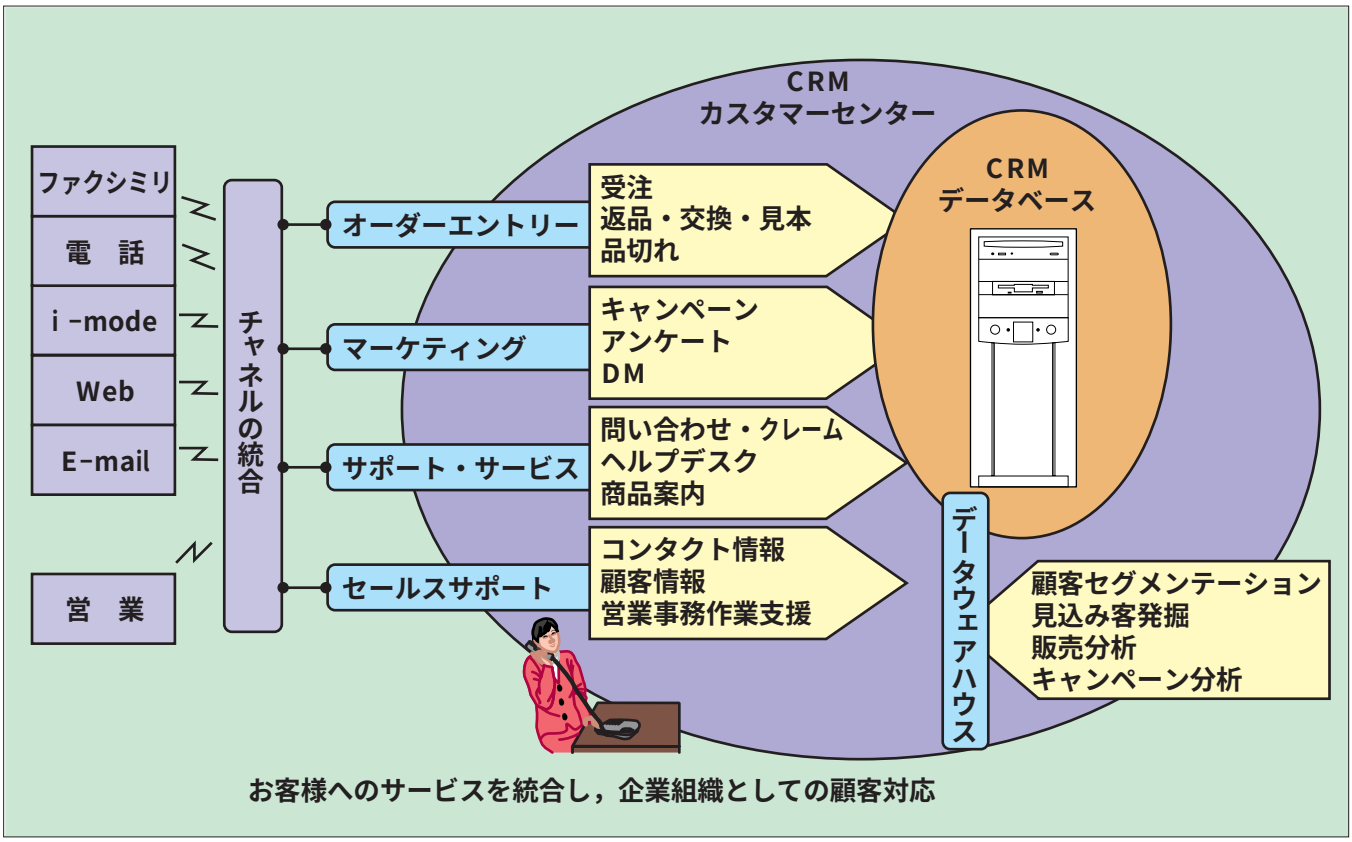
要　旨

CRM(Customer Relationship Management)は，お客様との継続的な強固な関係を構築し，顧客維持率を高めたり顧客層の拡大を行うことで，これまで見逃していたビジネスチャンスを掘り起こし，継続的な利益の確保を目指す手段として取り組まれている。

営業マン，電話，ファクシミリ，メール，インターネットなどの様々な販売チャネルを通じた顧客へのコンタクト情報や取引の履歴情報を一元的に管理し，情報を各チャネルが共有し活用することで，顧客維持コストの最適化を実現するものである。

CRMソリューションの取組として，情報のインバウンド処理として電話やファクシミリを利用した受注系システムや情報共有をベースとしたモバイル営業支援システムの提供を行っており，情報の一元管理及び適切なBI(Business Intelligence)技術(ナレッジマネジメント・データマイニング)に基いた顧客セグメント化とパーソナライジング化を行い，情報のアウトバウンド機能強化を行っている。

また，チャネルの拡張としてインターネットに注力し，受注系処理のWebオプション化や携帯電話等を利用した情報の通知や連絡を実現し，より顧客満足度向上に向けたソリューション拡充を推進している。



e－ビジネスCRMソリューション

企業間の競争がますます激しくなる中，コスト削減を目標とした業務改善・システム化のみならず，企業と企業，企業と顧客を結び付ける顧客接点の充実化によって生産性向上・顧客満足度向上を目指したCRMへの取組が行われている。CRMソリューションは，CRMコンタクトセンターソリューションやCRM／BIやCRM／SFAソリューションで構成されており，各ソリューション間の密な連携の実現に向けて開発強化を行っている。

*三菱電機インフォメーションシステムズ㈱　**三菱電機㈱情報通信システム開発センター　***同情報技術総合研究所