



月末に、担当者2名が2時間かけていた入金連絡業務を『Autoメール名人』で自動化しました。欠品情報や注文情報も、自動的にメールで送信しています。

管理本部 受注センター 細川主任

メール活用ソリューション「Autoメール名人」導入事例

Kawachiya **株式会社 河内屋**

Before

営業担当者への業務連絡を効率的に行いたい。

お客さまへの情報提供を確実に行いたい。

After

営業担当者への業務連絡やお客さまへの情報提供を、メールで自動送信する仕組みを構築。



お客さまを第一に考える

酒類・飲料専門商社の河内屋さま。東京日本橋を拠点に首都圏全域をカバーする同社は、飲食店向けの酒卸として業界トップクラスの規模を誇っています。

同社の強みは、お客さまを支え続ける営業体制と物流網にあります。営業面では、単にお酒や飲み物の提供にとどまらず、流行るお店を創り出す「アイデア」と「旬の情報」を提供。また、常にお客さま側に立ち、きめ細やかな提案とフォローを欠かしません。

物流面では、業界最大規模のロジスティクスセンターに約13,000アイテムの商品を確保。自動ピッキングシステムの採用により、誤配や欠品が大幅に減少したなど、お客さまからの評価も上々です。

今回、同社にご採用いただいたのは、あらゆるメールの送受信業務を自動化する「Autoメール名人」。導入の背景や効果についてうかがいました。

一主に4つの業務を自動化されたとうかがいました。最初に自動化された業務は何でしょうか。

入金連絡業務です。当社は、お客さまからお振込みがあれば、営業にメールで連絡しています。メールがなければお振込みをお願いする流れです。この、営業への入金連絡に「Autoメール名人」を活用しています。

まず、お振込みの結果を知りたいお客さまがあれば、営業は、その情報を総務に伝えます。その数は、月末で40~50件、通常は10件ほどです。総務は、毎日夕方に入金処理をおこないますが、入金処理後、データベースソフト(MS-ACCESS)で入金情報を抽出します。抽出した入金情報に、営業からのリクエストを加味して保存。この情報に「Autoメール名人」がアクセスし、営業あてにメールを自動送信しています。

「Autoメール名人」の導入前、入金の手続きは電話でおこなっていました。平日は担当者

1名で30分から1時間、月末は担当者2名体制で2時間ほど要していたようです。営業に電話をしても、商談や移動などですぐに電話がつながらないケースも多かったようで、けっこう大変な業務でした。導入後は総務の業務が大きく効率化でき、喜んでいました。

二つ目の業務は何でしょうか。

欠品のご連絡です。お客さまからのご注文に対し、欠品があれば営業にメールを送信して対応を依頼します。

欠品の情報は出荷当日に分かります。朝、営業が社内にいるうちに分かれば良いのですが、外出後に入った欠品情報は、何らかの方法で確実に伝える必要があります。この業務を「Autoメール名人」で自動化しているのです。

営業に欠品情報を伝えると、ご注文をいただいたお客さまへのご連絡はもちろん、同じ銘柄をご注文いただく他のお客さまにも念の

ためお伝えるなど、情報を活用しているようです。当社にとって、お客さま満足を実現するための大切な仕組みと言えますね。

一三つ目は。

メールを印刷するために利用しています。当社はお取引用のWebサイトを立ち上げています。いつもご注文いただく商品はサイトから簡単にご発注いただける仕組みになっていますが、新しい商品をご注文いただく場合は、フォームから商品名などを入力していただく必要があります。もちろん、フォームはご注文だけでなく、お問合せにもご利用いただけます。

入力していただいた情報はメールで送られてきます。そこで、「Autoメール名人」を活用し、注文メールや問合せメールを自動的に印刷する仕組みを開発しました。現在は、1日10~20件ほど印刷をしています。

印刷をする理由は確実に処理をするためです。忙しい時はメールの確認を忘れがちです。また、メール確認のために、新たな人員を配置したくありません。その点、このような用意をしておけば、確実に人目に触れますので処理漏れが発生する心配はありません。

一四つ目の業務は何でしょうか。

チェーン店本部さまへのご報告に活用しています。各チェーン店さまからいただいたご注文をEXCELファイルにまとめ、メールに添付して本部にお送りしています。以前は担当者が手作業でメールをお送りしていたのですが、送信漏れがあったため、「Autoメール名人」で必ず送信する仕組みを開発しました。送信漏れは信用に関わりますので非常に重要な業務です。人ができない仕事は、できるだけシステムでカバーしたいですね。

一システムの開発について

実は、入金や欠品の連絡については、他のメール送信システムを利用していました。しかし、メールの一斉送信をおこなうと迷惑メールとして認識されてしまうことがあるなど、運用が難しい面がありました。そのため、他のメール送信システムを探していたのです。

システムの導入時、ユーザックさんに欠品情報メールの自動化フローを開発してもらいました。その後、メール印刷のフローをユーザックさんと一緒に開発しました。また、入金連絡のフローは、メール印刷のフローを参考に当社で開発しました。フローは半日ほどで

開発できましたので、運用のチェックをしっかりおこない、2週間後に本運用に切り替えました。

自動化のフローは1~3日あれば開発できると思います。本当に簡単で便利です。

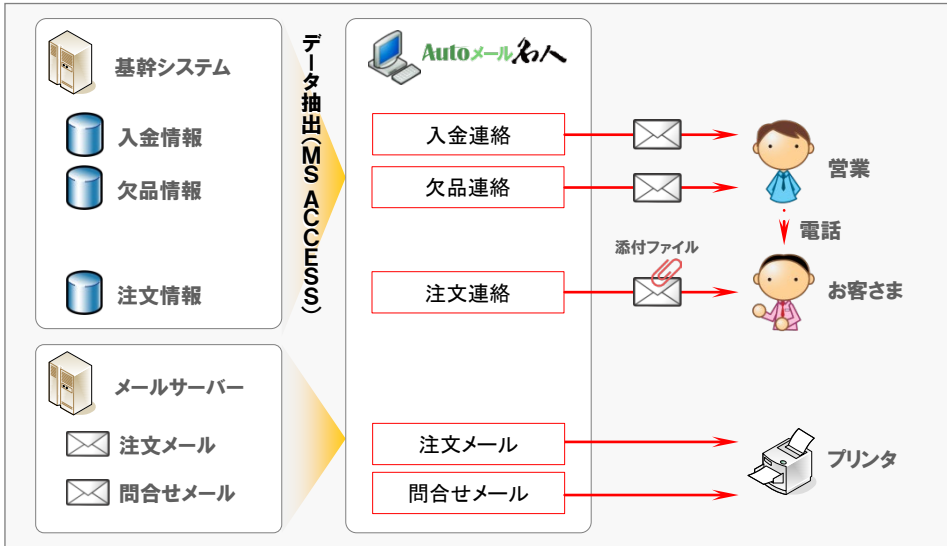
一今後について

最近、営業やスタッフから、メール業務の自動化について、よく相談が寄せられるようになりました。興味深いアイデアもありますので、少しずつ実現していきたいです。個人的には、「今日のご注文はいかがですか?」といったような、御用聞きのメールをお客さまにお送りする仕組みも面白いのでは、と考えています。

「Autoメール名人」のように、自分たちで柔軟に開発できる仕組みはいいですね。応用範囲が広がれば、費用対効果もどんどん上がっていくのではないのでしょうか。

きめ細やかな情報提供と確実な業務遂行のため、「Autoメール名人」をご導入いただけたのではないかと思います。さまざまな業務に「Autoメール名人」をご活用いただいている河内屋さま。本日は有難うございました。2012年5月取材(記載内容は取材時の情報です)

システム概念図



「Autoメール名人」の画面。

企業プロフィール

社名 : 株式会社 河内屋 <http://kawachiya-web.co.jp/>
 設立 : 1947年(昭和22年)10月
 本社 : 東京都中央区日本橋本町4-8-16
 事業内容 : 業務用酒類飲料販売