

「パン パシフィック ホテル 横浜」編
 ※週刊ホテルレストラン 2002年7月26日号

「ホテルマネジメントソリューションの再構築」特集より。

顧客情報の一元管理・活用システムで 営業活動のスピードアップと効率化を実現

石丸 栄一氏〔アシスタント・ディレクター・オブ・セールス〕

レストラン施設のプロデュースをクイーンアリスに委託するなど、ホテルの料飲施設のあり方に一石を投じた「パンパシフィックホテル横浜」(横浜市西区みなとみらい)。同ホテルはまた、営業体制のIT化にも積極的だ。(株)ユニコーンの新製品ソフトであるホテル業界特化型営業支援システム「BV Sales」を導入し、財産である顧客情報を高度活用することによって営業効率を最大化している。

東急系列のパン・パシフィック・ホテルズ・アンド・リゾーツ(本社=シンガポール)は、環太平洋地域に広く展開する国際ホテルチェーン。

その国内第1号であるパンパシフィックホテル横浜は、宴会部門売上高が高く、法人需要が厚いという日本独特の実状から、チェーン共通のシステムとはべつに独自の営業システムを構築することにした。

それが2000年のこと。そして導入したのがユニコーン社の営業支援システム「BV Sales」である。「セールススタッフが持っている顧客情報は、皆で共有してはじめてホテル全体の財産になるという考え方です。しかもそれはできるだけリアルタイムである必要がある。それが実現できれば、宴会部門だけでなく宿泊のイールドも向上でき、顧客満足度をアップさせることができます」

同ホテルのアシスタント・ディレクター・オブ・セールスである石丸栄一氏は、新システム導入のポイントについてそう説明する。

※

BV Salesは、これまで紹介してきた婚礼・宴会総合支援システムである「BV Manager」と相互補完的な関係にある新製品だ。

顧客の会社情報、個人情報、さらにホテルの利用履歴や好みなどの案件情報、クレーム情報、セールス担当者による営業活動履歴、レポート情報などが一元管理でき、その情報を営業スタッフ全員が共有することで、有機的でタイムリーな営業活動が行なえるというもの。

顧客情報データベースのシステムはほかにもさまざまあるが、ホテル特有の細かな情報項目を、これほど体系的、有機的に営業活動に反映できるものはこれまでなかったといえる。「営業日報や週報も、個人レベルで完結してしまったり、その後の営業にしっかりと反映されることがなければ、あまり意味はありません。情報は一元管理ができてはじめて有効活用



会社情報、顧客情報画面

できるんです。その点、BV Salesは営業の誰もがそれを見ることができて、さまざまな角度から情報検索ができる。営業が効率的にスピーディーに展開できるようになりました」

例えば、顧客の宴会実施日が変更になったとする。その情報が営業セクション内でタイムリーに確実に伝われば、穴をすぐに埋めることができ、売上機会の損失を未然に防ぐことができる。こうしたイールドマネジメントは、アナログな手法に頼ってはなかなか確度は上がらない。このシステムでは販売統計からの売上予測の機能も充実しているうえ、レ

ポート類の出力形態もカスタマイズが可能となっている。

また、宿泊、宴会、料飲の各部門の顧客情報を横断的に管理・活用できるBV Salesは、部門の枠を超えたクロスマーケティングの展開で心強い味方となる。宴会の顧客に宿泊やレストランの利用を勧める、あるいは逆に宿泊客に宴会の提案をしていく。そうしたクロスマーケティングは収益低迷の今日、必要不可欠といえる。

さらに、クレーム内容やキャンセル理由を統計的に描き出すことができることで、オペレーションの修正や改革にも役立つ。こうしたナレッジマネジメントも時代のすう勢となっているが、BV Salesのようなシステムがあればこそ達成できるというものである。

ところでこのBV Salesは、PDA(携帯)端末を活用したモバイルネットワークにも対応している。営業スタッフが営業先からシステムにアクセスし、宴会場や客室の販売状況を確認する。あるいは顧客情報をその場でシステムに入力する。タイムラグを限りなくゼロに近づけることで、イールドマネジメントの可能性ははるかに向上するわけだ。「いまのところは外部からの情報照会が名刺内容の照会が主ですが、ゆくゆくは携帯端末持参による営業体制をぜひ達成したいと考えています」(石丸氏)

パンパシフィックホテル横浜でもこのモバイルネットワークによる営業体制の導入に向けて準備を進めているという。