

営業の属人性を分析し、CRMの導入による顧客対応の高度化と広報基盤の強化を検討。「気遣い」の品質を組織の力に変え、持続的な収益体質を確立するためのDX計画を策定。

株式会社platinum				<a href="https://platinum-inc.jp/">https://platinum-inc.jp/</a>	
本社所在地	松江市八幡町795-1	資本金	500万円	事業概要	車両販売、アフターサービス、EV充電インフラ事業
代表者名	内田 雄之	従業員数	9名		
設立年	2006年	業種	自動車小売・修理		

## 背景

- 顧客データが紙やExcelに分散しており、個々の経験や勘に依存した提案が中心となっているため、最適なフォローの機会を逃している。
- 迅速かつ丁寧な「気遣い」のノウハウが属人化しており、拠点の拡大や新人の増員に際して同様の品質を維持・提供できる仕組みが不足している。
- EV市場の変化や顧客ニーズの多様化に対応するため、データを活用したLTV（顧客生涯価値）の最大化と、戦略的な広報・採用活動が急務である。

## 計画の骨子

### CRM基盤による顧客対応高度化

- ▶ 顧客情報の一元管理とランク分類を行い、LINE連携による点検案内等の自動化・最適化を推進することとした。
- ▶ 属人性に依存しない再現性のある営業プロセスを確立し、リピート率向上と顧客満足度90%の達成を目指す計画を策定した。

### ブランディングと発信基盤の強化

- ▶ 採用ブランディングを起点にWeb・SNS・動画を連動させ、自社の強みを可視化する情報発信基盤を整備することとした。
- ▶ 採用力と新規顧客獲得力を同時に底上げし、家族や友人に紹介したいと思える強い組織文化を形成する方針を策定した。