

社内の名刺をデジタル化 営業ツールとして共有

「名刺はビジネスに必要な重要情報が凝縮された、最強のソーシャルツールだ。しかし紙のままでは、その価値を生かせない」。こう語るのは、三三の寺田親弘社長だ。同社は、名刺をデジタル化してクラウド上で管理するサービス

「Link Knowledge (リンクナレッジ)」を提供している。

三三は顧客企業に対し、専用のスキャナーとタブレット端末を提供する。顧客企業の営業担当者が客先を訪問して名刺を得たら、タブレット端末で自分の名前を選

び、名刺をスキャンする。データが自動的に三三のサーバーに届くと、三三のスタッフが手作業で確認し、データベースに文字情報と画像情報を登録する。その情報を、顧客企業の社員はインターネット経由で見ることができる(図)。

名刺の「名寄せ」で精度向上

リンクナレッジの特徴は三つある。まずは、手作業により文字の入力精度をほぼ100%に高められ

ることだ。電話番号などで認識ミスが発生すると致命的だが、「OCRで読み込んだデータを人間が確認・入力することで、信頼性を格段に向上させられる。これにより、企業の請求書発行業務などでも、当社が管理するデータベース情報を使ってもらえる」と寺田社長は話す。

さらに、人間の目で確認することで「名寄せ」が容易になる。機械任せにしていると、同一人物が複数の部署の名刺を持っている場合、データベース内に同一人物の名刺データが散在しかねない。

名寄せができると、得意先の情報を共有しやすくなる。営業担当者が日々、名刺データをスキャンしていくことで、誰がいつ、どんな相手と会ったかが、データベースにたまっていく。特定の企業に商品を売りたい場合、リンクナレッジを参照すれば、社内の誰が人脈を持っているかが分かる。ある社員が得意先の新しい肩書きの名刺をもらった場合は、データベースも最新の情報に更新できる。

寺田社長は三井物産在籍時からビジネスプランを温め、2007年に起業した。大手総合商社をはじめ、既に500社に導入している。「名刺は世界中で流通している。国内だけでなく、世界中に大きなビジネスチャンスが眠っているはずだ」と寺田社長は力を込める。

図③三三のサービス「リンクナレッジ」が名刺をデータベースで管理する仕組み

