

第9回 キーパープロショップ研修会レポート

2010年10月21日(木)、「メッセ・ウイングみえ」(三重県津市)にてキーパープロショップ研修会が開催された。同研修会は、4年前にキーパープロショップがスタートして以来、毎年2回実施されている。コーティングの理論、技術の確認、最新の塗装面や技術の情報を習得するだけでなく、プロショップ間のコミュニケーションを図る貴重な場だ。



会場のメッセウイングみえ



参加者のみなさん。日本に新しい洗車文化を!!

三重県で初めての研修会

第9回キーパープロショップ研修会は、今年10月から12月にかけて全国67ヶ所で開催。主要都市だけでなく、地方都市でも行なわれ、三重県で初めての実施となった。定員は25名と少人数制。プロショップ同士がより交流を深め、より深い知識と情報を交換、共有することで、キーパーコーティングの品質を保ち、お客様に最高のサービスを提供することがねらいだ。

新規客+リピーターで躍進する「クリスタルキーパー」

研修会は、アイ・タック技研(株)代表取締役・谷好通による挨拶からはじまった。3ヶ月に1回のピュアキーパーから、5年耐久のダイヤモンドキーパーを経て、1年に1回のクリスタルキーパーの登場により、「繰り返すコーティング」の有効性と優位性を語った。クリスタルキーパーは、ボディガラスコーティングの宿命であった水シミの問題を解決し、すぐれた撥水、ツヤと輝きを持つ。発売してから約1年が経過したが、その人気は未だ右肩上がりに伸びている。そのクリスタルキーパーが初期施工車の再施工シーズンを迎える。「繰り返すコーティング」であるため、多くのリピーターを見込めるはずだ。約7割のリピーター獲得を見据え、新規顧客の獲得に努めることで、年々クリスタルキーパーユーザーは増加していくだろう。

地域によって全く違うクリスタルキーパー撥水低下の傾向

「キーパーコーティングした車を洗車した時、水はじきがよくないなと感じたことがある方はいらっしゃいませんか?」谷社長による問いかけに、挙手した参加者はゼロ。三重県では撥水低下の傾向は見られなかった。(関東では3ヶ月程度で「上面」の撥水効果がなくなることが多く、逆に帯広・秋田などでは「側面」だけの撥水が低下することが多かった。)



キーパーコーティングを熱く語るアイ・タック技研(株)谷社長

本来の撥水効果を持続させるために

それはコーティング被膜が壊れたわけでも効果がなくなったわけでもない。撥水のじゃまをする自然界の様々な要因による汚れの薄い膜である「撥水阻害被膜」が乗っているからだ。ボディの上面にできる撥水阻害被膜の原因は、水道水や地下水に含まれるミネラル成分だ。水道水(地下水)がボディの上で乾き、薄く「ミネラル被膜」を形成してしまう。また黄砂を大量に含んだ雨が降ってボディの上で乾いた場合も同様に撥水阻害被膜を作ることがある。しかし、撥水阻害被膜は非常に薄いので多くの場合、洗車の拭き上げ時に「掻き取り効果」のある「キーパークロス」を使用することでほぼ取り除くことができる。頑固な被膜なら、クリスタルレジンのスプレーしてよくもみ込んだキーパークロスで最終拭き上げをするとより効果が増す。



「見据えている場所が違う」キーパー選手権入賞インタビュー

谷社長の話により、クリスタルキーパーに関する知識を高めた後、今年8月に行われた「第6回キーパー選手権」上位入賞店舗によるインタビュー映像を鑑賞。上位入賞の「勝因」のカギと「戦略」、スタッフの熱い想いが映された。1位受賞店舗のスタッフの「見据えている場所が違う」という自信と責任にあふれた言葉が印象的だ。参加者はすべてのインタビューにうなずき、モチベーションを高めた。その後、受け渡し時の接客事例の映像が流され、店長・チーフクラスが受け渡しを行うことを薦めるなど、情報と接客ノウハウの共有が行われた。



キーパー選手権入賞店舗のインタビュー画像にモチベーションがあがる(インタビュー内容は2・3面に)

販売促進の展開、方法を

その他、販売促進施策の一環として直営店「KeepPer LABO」22店舗にてクーポンキャンペーンを実施した際の集計結果を発表(※)。Webクーポンが圧倒的な集客力を持つことが分かった。この結果をふまえ、キーパーWebサイト(keepercoating.jp)にてキーパープロショップ限定Web割を実施。4種のキーパーコーティング5%割引とし、既存客・新規客の集客を図る。その他、12月商戦に向けたCM投下やマグカップキャンペーン企画、メニュー表・ハッピーカード(クーポン券)などの無料ダウンロードサイトの紹介などの販売促進施策について意思統一を行った。



12月までTBS系列レギュラー番組「くらべくらべ」にキーパーコーティングCM投下。初の全国ネットゴールデンタイムでオンエアされる

ディスカッションでプロショップ・直営店の交流を

最後に6グループに分かれて、ディスカッションを実施。直営店メンバーも入り、施工に関する質問や、店舗独自に行なっている接客・販売促進についてなど意見をかわした。普段ではできない施工店同士の情報交換は、自らの店舗を相対的にとらえることができるうえ、これまで気付かなかった新たな展開が見えてくる。



日本に新しい洗車文化を

キーパーコーティングの確かな品質と技術、そして未来が語られ、キーパーコーティングを施工している者同士が情報を共有、交換し、あつという間に終了。一人ひとりがキーパーコーティングを愛し、その技を磨く。プロショップ間が良きライバルであり、良き仲間として、キーパーコーティングを普及していく。技術や知識、そしてモチベーション向上のために有意義なプロショップ研修会は、時代のニーズや変化によって内容を変えながら、今後も全国的に実施していく。



研修会参加者の声



(有)山本石油店(三重県志摩市) 三橋卓也さん

研修会には何回も来ています。ディスカッション時に、受け渡しの対応は店長が行っているという話が印象的でした。これまで受注したスタッフが受け渡しまでしていたのですが、伝えるべきポイントを伝えるため、店長もしくはチーフがすべきだと思いました。施工方法も改良されてよくなっているのでもっと勉強して、まずは近畿ブロックのベスト10を目指します!



三重交通商事(株)桑名大田山SS(三重県桑名市) 浜口 哲さん

キーパー選手権のインタビューに感動しました。本当に仕事が好きだから、誇りを持って負けたくないという気持ちが湧いてくるんですね。僕も気持ちが上がって早くコーティングしたいなと思いました。ディスカッションで情報交換できたのもモチベーションにつながりました。撥水阻害被膜についても詳しく知れたのも良かったです(詳細は1面)。

※直営店「KeepPer LABO」クーポンキャンペーン集計

圧倒的にWebからの来店が多い!!

7月から2ヶ月間、折込みチラシ、フリーペーパー、Webの3メディアにおいてクーポンキャンペーンを実施。その結果、Webクーポンが想定施工売上上の62%となり、他2メディアに差をつけた。Webクーポンの利用は、特に関東圏に多く、新規客に多く利用された。またコーティング特にクリスタルキーパーでの利用も多かった(折込みチラシは洗車・ピュアキーパーが多い)。

【集計期間】7月1日～8月31日 直営店22店舗集計結果

※各店舗3万枚7月下旬に折込 【5%OFFのクーポン付】1店舗平均の費用15万円										※各店舗1紙7月末に配発 【10%OFFのクーポン付】1店舗平均の費用7万円										※Webサイトに7月上旬から掲載 【5%OFFのクーポン付】費用0万円									
折込みチラシ					フリーペーパー					WEB					折込みチラシ					フリーペーパー					WEB				
新規	既存	計	比率	費用	新規	既存	計	比率	費用	新規	既存	計	比率	費用	新規	既存	計	比率	費用	新規	既存	計	比率	費用	新規	既存	計	比率	費用
123	138	261	113	49	54	10	7	28	24	13	37	15	3	11	3	0	5	255	231	486	181	79	140	33	7	46	33%	33%	82%
商品別構成比率→43% 19% 21% 4% 2% 11%					商品別構成比率→41% 8% 30% 8% 0% 14%					商品別構成比率→37% 16% 29% 7% 1% 9%					商品別構成比率→43% 19% 21% 4% 2% 11%					商品別構成比率→41% 8% 30% 8% 0% 14%					商品別構成比率→37% 16% 29% 7% 1% 9%				
想定平均単価→9,636円/台					想定平均単価→9,636円/台					想定平均単価→12,108円/台					想定平均単価→9,636円/台					想定平均単価→12,108円/台					想定平均単価→9,636円/台				
想定施工売上→2,515,000円					想定施工売上→2,515,000円					想定施工売上→448,000円					想定施工売上→2,515,000円					想定施工売上→2,515,000円					想定施工売上→2,515,000円				