

■(株)サントーコー Dr.Driveセルフ京都南インター店(京都府) アンケートを実施して、 会話からお客様の需要を引き出す!



関西ブロックで常にトップクラス!

「給油のお客様に
窓ガラスコーティングを
提案します!」

吉田マネージャー

3日間の集中予約キャンペーンを実施

昨年は、11月末の週末、3日間アンケートを実施しました。この3日間、トラック・バン・タクシーも含めて来店したお客様全員に声をかけます。こちらの勝手な思い込みで対象を絞ると、半分まで減ってしまうからです。「洗車に関するアンケートに協力していただくと、キャラクターカレンダーをプレゼントしています」とキッカケを作ります。回答してもらっただけでなく、最終的にコーティングについて会話ができないとダメです。会話のキーワードは「ちなみにお客様の車はコーティングがかかっていますか?」。昨年は3日間で約180件のアンケートを実施し、1/3の人がその場で予約をしてくれました。予約特典は2割引としました。

日常的な声掛け

普段からお客様とのコミュニケーションを大事にしているので、スタッフそれぞれに直接アピールできるお客様がいます。そのお客様にハッキリと「コーティングしませ

るか?」と言います。「割引になりますからコーティングしましょうよ」ではなく、「必ずキレイになるコーティングをしませんか?」と言います。あくまで割引はその後のサービスです。

DM送付

普段から行っていますが、ピュア、クリスタル、ダイヤのお客様に、再施工・メンテナンスの案内を行っています。DMに次回の施工価格(京都南店では2割引)を明記することがポイント。ピュアは少し遅れて反応があり、クリスタルやダイヤのメンテナンスは、ほとんどがDM持参で、施工につながっています。

12月に入って、洗車のお客様に案内

手洗い洗車は、12月はとても多くなります。手荒い洗車のお客さまには、作業中水がかかっている状態で、車を確認し声掛けをします。コーティングが掛っているかどうか分かるので、お客様に「コーティングされていないようです」とキッカケを作ります。コーティング施工はしているがメンテナンスはされていない人には「メンテナンスはされていますか?当店でできることを説明させてください」と案内します。窓ガラスの撥水がない人は、横面は全部弾いているのに、フロントガラスだけ弾いていない人が意外と多いので、特に有効です。「フロントガラスだけ弾いていないみたいですね」と会話してランクアップしています。

サイズ別の見積書配布、窓ガラスコーティングの案内を強化

昨年は、アンケート回答者の1/3は施工につながりましたが、残りはその場で終わってしまっていました。そこでサイズ別にコーティングの見積書を用意しておいて、アンケート終了後、お渡しします。また窓ガラスのコーティングを給油のお客様にも提案しようと考えています。

■(株)宇田川コーポレーション Dr.Driveセルフ小川SS レジン2とWINGIIという武器で 戦いの準備は万全!アラカルト提案もめかりなく!



上位入賞続出企業の注目店舗!

「お客様が
主役という気持ちで、
12月末までやり切ります!」

長堀チーフマネージャー

店内、店頭での受注精度を高める

今年4月にオープンしました。なので、ある意味4月から活動がスタートしています。当たり前かもしれませんが、店内受注、店頭のおすすめを精度高く実行しています。その上で、本格的スタートは10月下旬から行っています。

サイズ別の見積書を配布

サイズごとに作成してあるので、洗車や給油のお客様にお見積書をお渡ししています。お見積書はカードホルダーに入れてあるので、次回来店時にもおすすめしやすくなっています。

チラシと予約表で年末予約をアピール

11月にどれだけ予約が取れるかも勝負です。お客様に年末予約をアピールするために、大きな予約表を置くことで自然と予約につながります。



アラカルト提案も重要

受付カウンターに12月のおすすめ商品としてアラカルトのPOPを置き、一緒におすすめします。また作業中でも気になる部分があったら積極的にお客様にご提案します。SS店頭では、ヘッドライトクリーン&プロテクトがおすすめしやすいです。給油中に、ヘッドライトの黄ばみが出ているお客様に「キレイにできますよ」と声を掛けています。



レジン2とWINGIIという武器

今年の年末は2つの武器を手に入れました。レジン2は最高です。これで何台でも施工できそうです。そしてWINGIIを導入し、手洗い洗車が楽になりました。作業に労力を奪われないため、コーティング作業に集中できます!



■(株)志村 セルフ小手指SS “ちょうどいい提案”“うれしい特典”で 準備万全!勝負に挑む!



コーティング専門店として一新!!

「車検とコーティングは似ています。
告知と人材を強化し、
キーパー選手権の上位を狙います」

大橋マネージャー

プロショップとして店舗を改造、人材を強化

昔から車検に力を入れており、年間車検台数は1,000台を超えています。車検とコーティングは似ています。車検もしっかり告知をし、品質、価格、顧客アフターフォローをすることで、リピートしていただけます。コーティングも一緒です。コーティング告知を強化し、店舗を大きく改装、コーティングブースも作った効果は大きかったです。今までは、洗車



のお客様だけにコーティングを施工していたが、ドライブスルー洗車や、給油、はたまたま前面道路を走っているお客様などの問合せや施工がいっしょに増えました。そして、品質アップのための人材も強化し、資格者を増員、上達会も実施して自信ができました。

お客様にちょうどいい告知と活動

12月に向けた活動は11月から店頭でチラシを徹底的にお渡しし、同時にお見積書をお渡ししています。スタッフが「売ろう」と思うと、お客様が話を聞いてくれなくなります。なので「ここでコーティングができる」というお知らせ、そして「お見積表」をお渡しし、お客様の愛車のコーティング価格をお伝えします。これぐらいがちょうど、お客様も話を聞いてくれます。

車検のお客様にコーティング特別優待券を郵送

当店で車検をご利用いただいたお客様に、コーティング特別優待券を郵送します。12月は車をキレイにしたい時期なので、来店して施工していただけるはず。今年の3月にキーパープロショップになったばかりですが、準備は万全です。上位を狙いますよ!

