

アンケートから 分析!

告知の強化に加えて「会話のきっかけ作り」が 今後の販促のポイント

カーコーティングをはじめとするカーアフターマーケットの拡大や、今乗っている車に長くキレイに乗りたいというユーザー意識の変化により、コーティングは「新車購入時に施工するもの」から「車購入・車検時以外にコーティングするもの」という認識が増えています。アンケートを分析すると、次回施工意向者の5人に1人がSS・専門店での施工を望んでいることが分かります。その1人を確実に受注につなげる重要なポイントは「会話のきっかけ作り」にあります。

●アンケート方法 / 1面のアンケートと同様

分析.1

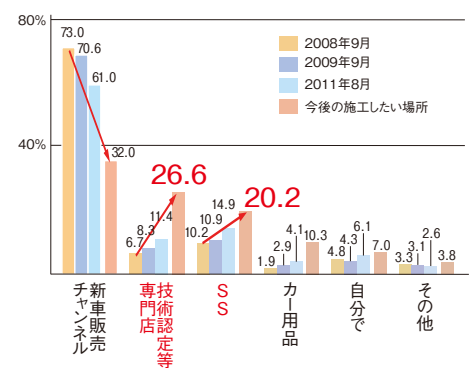
今後コーティング施工をしたい場所として「技術店」「SS」が急上昇

「あなたはコーティングをどこで施工しましたか?」という質問に、2008年は約7割のユーザーが「新車販売チャンネル」と答えていましたが、現在、今後施工したい場所として「新車販売チャンネル」を希望するユーザーは、依然トップではあるものの全体の3割となっています。逆に「技術認定店など専門的な技術を有する店舗」と「SS」は年々人気が高まり、今後施工したい場所として「技術店」26.6%、「SS」20.2%と上昇しています。

新車購入時の施工が減少し、今乗っている車をキレイに、大切に乗り続けたいというユーザーが増加して、車購入・車検時以外にコーティングする意向が増えているためと考えられます。

Q1.あなたはコーティングをどこで施工しましたか? 今後どこでコーティングをしたいと思いますか?

◆コーティング施工場所

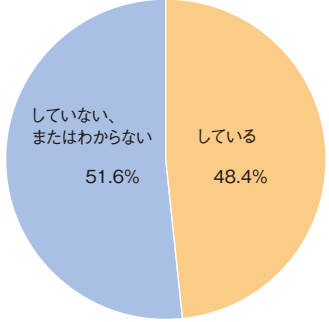


分析.2

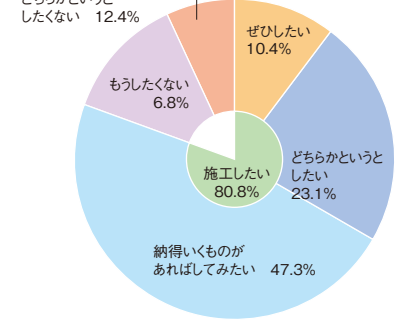
道路を走っているすべての 乗用車の5人に1人が SS・技術店での施工を望んでいる!

コーティングをしている人が48.4%(Q2)。コーティングをしているユーザーの再施工意向率は80.8%(Q3)。またユーザーが今後コーティングしたい場所が「技術店」26.6%、「SS」20.2%とすると、
 $48.4\% \times 80.8\% \times (26.6\% + 20.2\%) = 18.3\%$ 、つまり5人に1人が技術店やSSでコーティングを施工したいと考えていると分析できます。まさに今がチャンスなのです。ではどのようにして5人に1人のユーザーを獲得することができるのでしょうか?

Q2.あなたのお車は今コーティングされていますか?



Q3.次回もコーティングをしますか?



- ① 車全体のコーティング施工率 48.4%
 - ② コーティング施工車の再施工意向率 80.8%
 - ③ 今後の施工意向率 「技術店」26.6%+「SS」20.2%=46.8%
- ①48.4%×②80.8%×③46.8%=18.3%
つまり5人に1人が「技術店」「SS」でコーティングを施工する意向を持っている

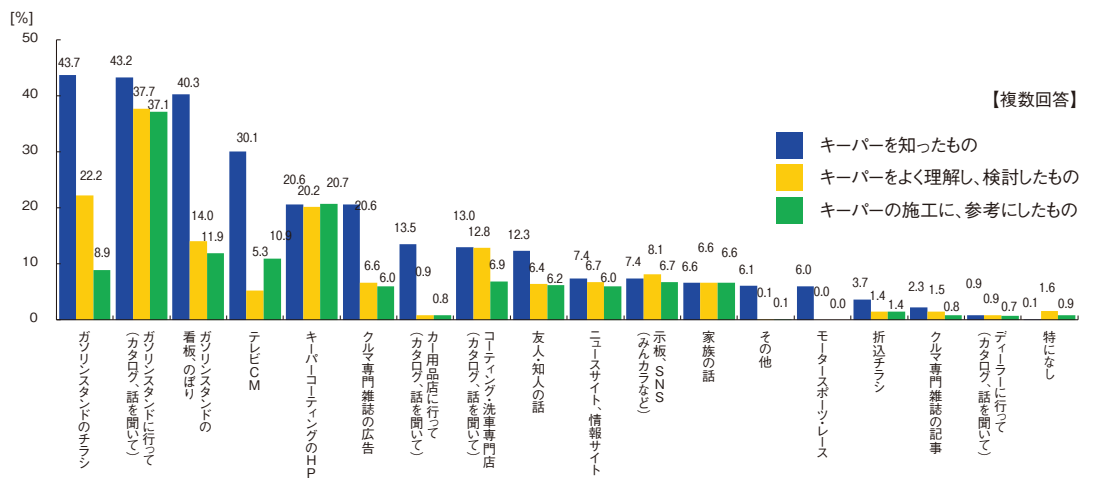
分析.3

チラシ、看板、のぼり、TVCMで「知り」、 スタッフとの会話やホームページを見て 「理解」し、「購入する」

キーパーコーティング施工経験者にキーパーコーティングとの情報接点を尋ねたところ、看板、のぼり、チラシ、テレビCM等で「キーパー」という名前を認知しています。その後、ガソリンスタンドなどでスタッフから話を聞いたりカタログを見て、あるいはHPを見たりして、「キーパー」が何であるかを理解し、検討して、最終的に購入を決定していることが分かります。HPは、ブログなど日々更新されるため、「会話」の一種と考えられます。

つまり看板、のぼりなどで「知らせる」ための「告知」だけでなく、店舗やHP上で「会話」をすることで初めてユーザーは「理解」し、「購入」にいたっています。告知の強化だけでは直接「購入」にはつながらず、お客様としっかり「会話」を持つことではじめて実績につながっていくのです。これがアンケートで「施工意向を持っている」と応えている「全体の5人に1人」のお客様を獲得できるポイントなのです。

Q4.キーパーコーティングとの情報接点は?



分析.4

今後の販売促進のポイントは 告知の強化に加えて 「会話のきっかけ作り」「お客様アンケート」 「見積もりキャンペーン」「予約キャンペーン」

告知は重要ですが、看板、のぼり、チラシなどだけを利用して、告知の強化するだけでは施工獲得の率はなかなか高まりません。しかしながら肝心な会話は、そのきっかけ作りが難しいものです。そのきっかけ作り「お客様アンケート」「見積もりキャンペーン」「予約キャンペーン」などで実績を上げている店舗がたくさんあります。実は、第8回キーパー選手権でSS全国第一位を獲得された福島県の「(有)江戸屋燃料店」さんは、以前は洗車収益が40万円前後でした。にもかかわらず、この「お客様アンケート」「見積もりキャンペーン」「予約キャンペーン」をフルに活用し、まさに5人に1人の施工意向を現実の施工に結びつけ、見事にSS全国チャンピオンに輝いたものでした。