

快洗隊 岡崎店

3月の高性能コーティング売上173万円・前年比210%増の秘密に迫る 「洗車屋快洗隊から コーティングプロショップ快洗隊」へ進化

洗車屋からコーティングプロショップへ進化する快洗隊。折込みチラシの効果もあり、3月の快洗隊は軒並み高性能コーティング受注が大幅に増加した。その中でも、ピットの充実と高級感のある店舗づくりにより、いち早くコーティング色を打ち出してきた岡崎店は、3月単月で高性能コーティング売上173万円(前年比210%)という驚異的な数字をたたき出した。今回はその成功の要因を探るために岡崎店の取り組みを紹介する。

コーティングプロショップとしての自覚を

何をすれば、収益性の高いコーティングプロショップ快洗隊へ名実ともに進化できるのか? 成功の要因として次の3つのポイントがある。

- ①コーティングプロショップとしての自覚
- ②視覚による演出をおこなう
- ③看板・チラシによる告知

このポイントに沿って説明していく。

「当店の洗車は全て手洗いで行っていただきます」から始まっていった洗車メニューの説明を岡崎店はキーパーコーティングから説明するように変更したという。洗車から説明し始めると、洗車の専門店がコーティングをやっているというイメージは払拭されなくなる。しかし、コーティングから始めることで、コーティングのプロショップが高品質な手洗い洗車をやっている印象を与えることができる。それが「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング



「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング



車の仕上がりを実感することができ、お客様に対して商品の魅力を存分に伝えることが出来る。岡崎店では実際に多くの来店したお客様からの質問が多くなり、さらにはそこから受注につながるケースも増えているという。

「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング



「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング

いつまでも輝き続ける車でありたい。そんなあなたへ。

Keepre 快洗隊

新車・車検時のコーティングはプロにおまかせを。

Keepre PRO SHOP 快洗隊 岡崎店

0564-65-5590

快洗隊直営店4月の実績

洗車台数不振も、ダイヤモンド(アクア・クリスタル)キーパーの前年対比151.8%で、洗車全体では106.3%に

4月前半は土日ごとの天候不順もあって洗車台数が大幅に減り、4月16日時点の14店舗の洗車売り上げ全体で前年同月対比の68%まで落ち込んだ。しかし、後半からG.W.に掛けて盛り返し、特にダイヤモンドキーパー、アクアキーパー、クリスタルキーパーなど高性能コーティングを前年対比151.8%と大きく伸ばして、4月月末までに前年対比106.3%までこぎつけた。

新車が多く納車されるこの時期に、新車に対する高性能コーティングに大きな需要があることが改めて解った4月であった。

アイ・タック技術研 快洗隊運営部

岡崎店	安城店	知立店	刈谷店
20年4月実績 手洗い 312 838,442 キーパー 141 1,003,074 アクア 48 358,461 主計 2,699,977 店内清掃計 148 316,364 アラカルト計 135 387,566 洗車売上合計 774 3,403,907 洗車平均単価 6,933 車検・板金等 8,095 売上総合計 3,412,002 粗利合計 3,411,002	20年4月実績 手洗い 328 881,731 キーパー 146 1,086,309 アクア 48 978,270 主計 2,946,310 店内清掃計 157 342,663 アラカルト計 99 396,736 洗車売上合計 778 3,685,596 洗車平均単価 7,060 車検・板金等 18,357 売上総合計 3,869,126 粗利合計 3,752,414	20年4月実績 手洗い 235 616,797 キーパー 122 890,502 アクア 21 634,945 主計 2,142,244 店内清掃計 121 240,990 アラカルト計 78 265,220 洗車売上合計 577 2,649,520 洗車平均単価 7,008 車検・板金等 330,409 売上総合計 2,983,503 粗利合計 2,759,097	20年4月実績 手洗い 43 92,448 キーパー 182 1,369,638 アクア 45 1,172,345 主計 3,628,182 店内清掃計 227 528,597 アラカルト計 147 558,971 洗車売上合計 984 4,715,760 洗車平均単価 7,731 車検・板金等 365,450 売上総合計 5,081,200 粗利合計 4,889,425

東海店	鳴海店	大須店	甚目寺店	札幌店
20年4月実績 手洗い 329 919,387 キーパー 110 821,502 アクア 28 571,609 主計 2,312,498 店内清掃計 120 229,414 アラカルト計 98 376,049 洗車売上合計 685 2,917,961 洗車平均単価 6,248 車検・板金等 180,113 売上総合計 3,098,074 粗利合計 2,948,744	20年4月実績 手洗い 490 971,340 キーパー 74 523,702 アクア 34 1,042,200 主計 2,537,242 店内清掃計 97 197,942 アラカルト計 72 302,454 洗車売上合計 767 3,037,638 洗車平均単価 5,980 車検・板金等 53,166 売上総合計 3,090,804 粗利合計 3,083,994	20年4月実績 手洗い 111 318,139 キーパー 28 207,514 アクア 40 1,436,753 主計 1,979,286 店内清掃計 39 80,898 アラカルト計 59 355,959 洗車売上合計 277 2,579,079 洗車平均単価 14,408 車検・板金等 156,208 売上総合計 2,735,107 粗利合計 2,726,107	20年4月実績 手洗い 200 552,735 キーパー 67 502,985 アクア 29 749,989 主計 1,805,709 店内清掃計 84 193,844 アラカルト計 58 604,148 洗車売上合計 438 2,603,701 洗車平均単価 8,799 車検・板金等 222,065 売上総合計 2,825,766 粗利合計 2,757,859	20年4月実績 手洗い 43 92,448 キーパー 182 1,369,638 アクア 45 1,172,345 主計 3,628,182 店内清掃計 227 528,597 アラカルト計 147 558,971 洗車売上合計 984 4,715,760 洗車平均単価 7,731 車検・板金等 365,450 売上総合計 5,081,200 粗利合計 4,889,425

松戸店	五香店	相模原店	北神戸店	新浜店
20年4月実績 手洗い 259 723,538 キーパー 81 633,004 アクア 33 817,644 主計 2,174,226 店内清掃計 133 252,899 アラカルト計 59 278,630 洗車売上合計 565 2,705,752 洗車平均単価 7,254 車検・板金等 1,307,474 売上総合計 4,013,226 粗利合計 3,706,992	20年4月実績 手洗い 163 483,155 キーパー 100 754,171 アクア 35 972,508 主計 2,209,834 店内清掃計 104 198,435 アラカルト計 67 287,313 洗車売上合計 468 2,695,582 洗車平均単価 9,046 車検・板金等 201,647 売上総合計 2,897,229 粗利合計 2,868,406	20年4月実績 手洗い 304 902,377 キーパー 118 886,932 アクア 44 1,101,287 主計 2,890,596 店内清掃計 150 324,215 アラカルト計 76 340,655 洗車売上合計 692 3,559,906 洗車平均単価 7,639 車検・板金等 0 売上総合計 3,559,906 粗利合計 3,559,906	20年4月実績 手洗い 133 391,449 キーパー 98 685,409 アクア 24 680,755 主計 1,757,613 店内清掃計 106 260,330 アラカルト計 89 299,937 洗車売上合計 450 2,313,580 洗車平均単価 9,703 車検・板金等 8,284 売上総合計 2,321,864 粗利合計 2,315,680	20年4月実績 手洗い 184 492,308 キーパー 154 1,005,320 アクア 24 612,027 主計 2,169,485 店内清掃計 104 214,607 アラカルト計 59 278,630 洗車売上合計 525 2,575,132 洗車平均単価 7,144 車検・板金等 9,800 売上総合計 2,584,932 粗利合計 2,578,632

「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング

「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング

「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング

「コーティングプロショップ」としての自覚のはじめであり、これが店長は話す。これにより、これまで撥水コート洗車しかなかったお客様がコーティング