

2号岩国東SS (株)西日本宇佐美 山陽支店

プロの技術をアピールし、 若年層、女性のお客が増加!

施工時期:2009年11月 看板費用:約150万円

2009年11月、1級資格者4名、2級資格者4名を揃え、プロショップに登録。洗車・コーティングを軸にした店舗へと大きくリニューアルしました。お客様に技術認定者が施工していることを伝え、安心してお任せいただけるようにしました。結果若年層、女性のお客、高額の受注も増え、コーティングのお店として認知されつつあります。またゲストルームをキレイにし、お客様に快適にお待ちいただいている時間にキーパーを多くアピールできるように配慮しています。



before **目に飛び込む突き出し看板** お客様が入って一番目立つゲストルーム上に看板を設置。鮮やかな青と突き出した形状が目を引きま



巨大両面看板+ 連続したのぼりは効果的
交通量の多い国道に設置。以前は様々な看板を設置していましたが、プロショップだけの看板にしたことでストリートに情報が伝達されます

通行車にも目に付きやすく 誰もが目にしたことのある「宇佐美」の看板でもしっかりアピール。こちらも国道沿いの目立つ場所です

人の視線を考えて 給油時に目に入るゲストルーム周りには、3種のキーパー看板。目線を下ろすと電話番号が大きく目立ちます



独自のキャンペーンで集客 折込チラシ2万枚、手配りチラシでOPEN記念キャンペーンを告知。先着100名様にコーティング5%OFFイベントを開催した結果、ご来店の方半が新規のお客様。コーティングの艶と輝きを体験していただきました

待ち時間を有効活用 待ち時間こそ絶好のチャンス! すっきりしたゲストルームに見やすく施工プランや施工写真を掲示

結果... **プロショップになって3ヶ月で、新規来店20%UP、前年対比200%にUP!**

今後は... 春~夏にビュアキーパーでしっかりとファンになってもらい、年末にはクリスタルガラス、ダイヤモンドキーパーにたくさん受注がいただけるように、スタッフ一同、提案、接客、販促の仕方を考えながら店作りをしていきたいと思

マイムSOJAサービスステーション (有)前田潔商店

豊富なメニュー展開で、 お客様層の幅が広がった!

施工時期:2008年12月 費用:約100万円

洗車・コーティングを行っていることを知ってもらいたいと思い、看板を掲げ、アイランド周りをコーティング色にしました。周りにコーティングを施工しているお店が少ないので、しっかりと看板を変えて、注目していただけるように劇的に変更しました。手配りチラシ、ポスティングでリニューアルオープンを告知し、その後順調に売上を伸ばしています。洗車・コーティングの接客がしやすくなり、給油だけのお客様からも受注が増えています。特にクリスタルキーパーの台数が大きく伸びてきています。



before **青一色の看板が壮観!** 青一色にしたことで、インパクトのある洗練された印象を与えます。洗車だけでなくコーティング、室内清掃とメニューの豊富さが伝わります



どこを見てもキーパー お客様がどの方向を見ても、キーパーをアピールすことできるよう。看板裏にも電話番号を入れてぬかりなく!

給油を待っている間に 給油機にガソリンの価格とラミネートしたキーパーのチラシを並列に貼付。給油中の時間に見てもらえるよう細かいところにも工夫がされています

真っ白なスペースに映える 真っ白なスペースにまっ青な看板。「愛車に最高の輝きを」というコピーが際立っています



お客様の愛車写真にエピソードを添えて ゲストルームには施工写真を紹介したコルクボードやアルバムを設置。これらを利用して接客することで信頼感が増します

結果... **前年対比約15%UP! 大きなプロモーションはしていないが、順調に売上はUP!**

今後は... web、フォトログも活用して、広い範囲で新規顧客獲得へアピールしていきたいと思

この春、「KeePre」から「KeePer」へ。 “すべて”のオーナー様に喜ばれるために VI(ビジュアルアイデンティティ)を進めています。



日本社会の成熟化、将来の不安などの影響で、車に対する価値観は徐々に変化しています。車に対する興味・関心が高く「どんな車(車種・メーカー)に乗っているか」(所有価値)が重要な時代から「どのように使うか」(使用価値)が重要視される。そんな車の価値観への変化に「KeePre」ブランドも変化し、進化し続けなければなりません。

従来の「車にこだわる人が施工する趣味性の高いサービス」というコーティングのイメージを、「すべての車を大切に人が、車そのものの価値を維持するために施工するスマートなサービス」へとイメージ転換し、より実用的でスタンダードなサービスであることを、“すべて”のオーナー様に

解いただくために、VI(ビジュアルアイデンティティ)の構築を進めています。

車の塗装そのものが持っている美しさを引き出し、艶を守り続けるプロ(=Keeper)であり続けたい。そんな想いを込めて、現ロゴマーク「KeePre」から、皆様の愛着を大切にしつつ、施工したことのないお客様や「キーパー」をまだ知らないお客様にも伝わるようなロゴマーク「KeePer」へと進化させます。

コーティングを通して、毎日のカーライフを快適にし、車の価値を保つ「Smart car life」という発想を元に、VIは最終段階に来ています。近日中に皆様にご報告させていただきますので、乞うご期待ください。