

キーパー選手権、開幕直前!

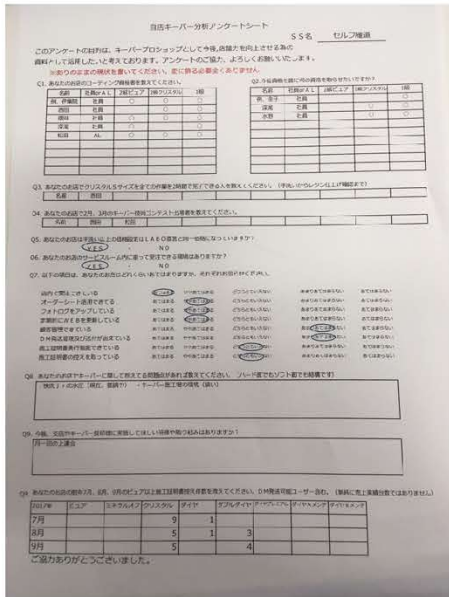
「あなたのお店、何してる?」選手権の戦略レポート

いよいよ、熱い闘い「キーパー選手権」が始まります!全国津々浦々、どこのキーパープロショップも準備に余念なく、スタートを切ろうとしています。どんな準備をしているか、またどのように今回のキーパー選手権を闘うのか...2つの店舗に直撃取材しました!

(株)ENEOSウイング セルフ雁道SS **クリスタルを中心に、付加価値の高いダイヤを自信を持って提案!**

「絶対に全国100位以内に入る!」目標を立て、「キーパー分析アンケート」を自店で実施。目標達成のための課題を見つける

8月のキーパー選手権に向けて、「絶対に全国100位以内に入る!」を目標に活動をスタートしました。1月に「自店キーパー分析アンケートシート」を使い、自店を知り、何が必要かを知る活動を行いました。

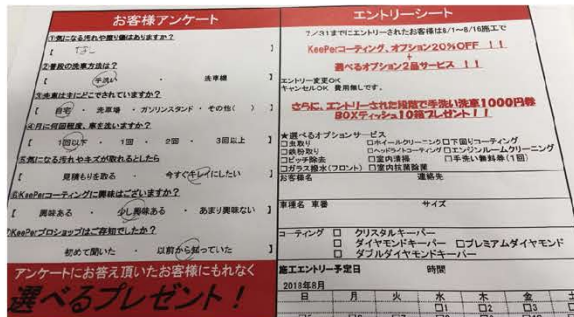


自店で行った「キーパー分析アンケート」

前回の選手権で好実績だった鈴鹿TSを見学。クリスタルに合わせてダイヤを自信を持っておすすめするようにした

次に12月のキーパー選手権で実績が良かった、自社内の鈴鹿TSに見学に行きました。そこではスタッフのダイヤモンドキーパーの考え方が自店と全く違うことが分かりました。自店では、ダイヤモンドキーパーは金額が高いので積極的にお客様におすすめしていませんでした。しかし、鈴鹿TSのスタッフは、自信を持って1番キレイになるダイヤモンドキーパーをお客様へおすすめしていました。自店でもこの見学後に、クリスタルキーパーだけでなく、ダイヤモンドキーパーも自信を持っておすすめするようにしました。

「お客様アンケート」を使って、話を聞きながら予約取り。「キレイになってお手入れが楽になるコーティングがあれば気になりますか?」と質問し、関心がある方に提案



「お客様アンケート」を使って予約取り

3月には7月末までのコーティング予約台数の目標を決めました。そして予約取り活動の方法を「お客様アンケート」と決め、6月9日からスタートしました。

方法は店頭で、洗車に関するアンケートの協力をお願いしました。お客様にお話を聞き、スタッフがアンケート用紙に記入をします。理由は、お客様に書いてもらえると、沈黙が続いてしまうから

です。ポイントは「Keeperコーティングに興味はございますか?」の質問項目です。実際にお客様にお話を聞く際は「施工すると、とってもキレイになって、その後のお手入れが楽になるコーティングがあれば気になりますか?」という質問の仕方をし、興味がある、少し興味がある施工状況を見える化し、目標達成を確実に

と答えていただいたお客様へは、あとどれくらい車に乗られるかをお聞きし、3年以上、または、分からないと答えられた方へはダイヤモンドキーパーをおすすめしました。



たくさんのお客様とアンケートをきっかけにお話をすることができ、話の中で、お客様はせっかく施工をするなら、1番キレイになるメニューをやってみたいと感じていることがわかり、自信を持ってダイヤモンドキーパーをおすすめすることができました。

課題は、技術力を高めること。クリスタル、ダイヤの上達会を定期的実施

「キーパー分析アンケート」Q3の施工時間の部分について課題が残り、クリスタルキーパーの上達会や、ダイヤモンドキーパーの上達会を定期的に行い、技術力を上げました。お店やスタッフのことは知ることができ、すべてにおいて課題を見つけることができました。

中央石油販売(株)谷田部SS **「一番人気はダイヤ」。すすめ方を改善、お客様と一緒に車を見て受注へ**

お客様のマインドが上がる。7月下旬から8月上旬にかけて、「予約取り強化日」をもうける

6、7月から行っている予約取り活動を、マインドが上がる7月下旬から8月上旬にかけてさらに強化します。SSは販売するものがたくさんあるので、予約取り強化日を設けます。どうしてもマンネリになるので、需要がある日を見つけ実施します。テントを張って施工車を用意すれば、立派な演出ができます。当然お客様も認知してくれますし、スタッフの意識も大きく上がります。

8月に入ったら、店頭活動も強化。お得な給油方法の話をし、お客様との距離を縮めてからコーティングの説明をする

8月に入ると施工に追われてしまい、今までの経験から店頭活動が弱くなる傾向があるので、予約管理をしっかり行い、店頭告知を強化します。店頭告知の方法はいきなりコーティングや洗車の話をするのはなく、まずはお客様メリットである、お得な給油方法のお知らせをして、お客様と距離が近くなった後に、コーティングの話をしています。

手渡しチラシを使って、ミラーやボンネットなどにお試し施工

手渡ししやすいチラシを使って、場合によってはミラー

やボンネットなどにお試し施工をして、コーティングについて説明し、おすすめをします。



ダイヤモンドキーパー上達会、受注勉強会を実施。それぞれのキーパーコーティングの定義を明確にし、すすめ方を改善

受注の考え方と方法を見直すために、ダイヤモンドキーパー上達会と受注勉強会を実施しました。今まではクリスタルキーパーが一番人気、一番おすすめでした。しかし、Keeperのボディガラスコーティングは「一番人気は、ダイヤモンドキーパー」、「最高峰が、Wダイヤモンドキーパー」、「1年に1回新車の感動を味わえる、クリスタルキーパー」とすすめ方を変えました。

受注はお客様と一緒に車を見る

受注方法の見直しは「お客様と車と一緒に見る」です。今

までは徹底されておらず、スタッフが車を見に行くだけで、お客様は待っていることが多かったです。

コーティングや洗車時に受注カウンターに座っていただき、自己紹介をした上で、とにかく簡単に商品紹介。その後「しっかりキレイにさせていただきたいので、お客様と一緒に車を見させてください」とお伝えしています。

ダイヤモンドキーパー上達会を実施し、施工に自信を持った!

最後は自信ですね。今まではダイヤモンドキーパー施工に自信がありませんでした。だから施工に自信を得るために、ダイヤモンドキーパー上達会を実施し、すべてのガラスコーティング施工に自信がつかました。受注は既に実践して、ガラスコーティング全体の受注台数が増加してきました。



奥村統括店長