

年末の大繁忙期を控えて、ちょっとその前に1時間だけ「お客様」になってみませんか

12月の大ラッシュが始まる前に「お客様環境」の総点検を



「お客様」になると店舗の改善点が見えてくる

「商売は、お客様の目線に立つてあらゆるものを見なければならぬ」とよく言いますが、「お客様」になったつもりでも、結局、売場側の視点で、「お客様」がどう感じているかを考えている場合が多い。

洗車というビジネスにとって、一年のうちの最大の繁忙期である12月。たぶん待合室で待たれるお客様も多かったろう。せっかくスタッフが汗流して一生懸命に洗車などの作業をしても、待っているユーザーに不快を与えてしまったのでは、せっかくの苦勞が無駄になってしまふ。ユーザーの環境は「お客様」になって見ないと気が付かないことが多い。年末、たくさん来店するユーザーに来年もここで洗ってもらうように、今と違って「お客様環境」を見直しておく必要がある。

今、私たちも直営店で店舗の総見直しをしている

その第一歩として、私たちの直営店では、「お客様の場所」に、「お客様と一緒に座り、お客様と同じ気持ちになって待合室を感じ、外のフィールドを見、作業を見、スタッフと

お客様になりきる方法

- ① まず、私服であること。
- ② 店内では、お客様が一番よく座るであろう場所に座ること。
- ③ 出来れば、実際に作業を注文すること。
- ④ 店舗のスタッフとの会話は、最初から出来るだけしない。
- ⑤ 座つたら、5分ぐらい居眠りすること。
- ⑥ 作業を待っている時、ユーザーのように、ただリラックして作業を待つだけ。のどが渇いたら自販機で何か買って飲む。トイレに行きたくなったら行く。仕事に関係ない「余分な事」をやる。
- ⑦ 15分ぐらい経つと、自分の頭が「お客様」になっていることに気が付く。
- ⑧ ここから、気が着いたことをどんどん書き殴るように書いていく。「お客様」の目線になっている感覚を大切にしたい。気が着いたこと、思いついたこと、感じたこと、すべてを、感じたままに、手を休まずに一挙に書く。
- ⑨ 何も感じなくなったら、今度はこちら側(店舗)の視点で気が着いたことを続けて書いていく(チェックは出来るだけその店の担当の人ではないほうがいい)。

お客様環境から「不満」「不快」「不信」を徹底的に排除する

店舗の繁盛はSならば「集客」「固定化」の二つが平等に重要な要素だが、洗車では「リピートの積み上げ」がすべてであると言っても言い過ぎではない。

洗車では、繁盛していない店舗の共通点は「リピート客が少ない」ことである。逆に繁盛して実績の上がっている店に共通して言えるのは「来店されたユーザーのリピート率の高さ」で、定着率の高さである。顧客満足と商品の良さ、スタッフを含めたユーザー



への対応の良さが最も重要だが、実は「不満」「不快」「不信」が無いこと、あるいは少ないことも意外と大切なことではないだろうか。

自らユーザーと同じ所に「座って」「同じ空間で同じ時間を過ごしてみると、それがよくわかる。

声や、待合室の中で聞こえてくることがあるだろう。思ってもいなかったようなユーザーのイライラが伝わってくることもあるだろう。ひよつとすいたら、とても恐ろしい時間になるかもしれない。でも、たぶん、それと同時に、「そうだった、こうすればいいんだ」「すく、これは解決しよう。簡単だ」と、嬉しくなる時もあるはずである。

プロの洗車をもっと世の中へ

Keepre TIMES

キーパータイムズ
12月10日
66号

発行所
アイ・タック技研株式会社
住所:愛知県大府市吉川町4-17
電話 0562-45-5258
F A X 0562-45-5268
ホームページ http://www.sensya.com
札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・福岡
発行部数18,000枚
製作社 有限会社 GMKワークス
無断コピー・複製を禁ず
ご質問・ご意見・お問い合わせは
キーパー 検索
又は ☎0120-517-158まで

年末は、翌年のリピート客を増やす最大のチャンスでもある

12月の繁忙期にしっかりと稼ぐことは一番大切なことである。しかし、ラッシュ時に待合室の居心地の良し悪しが一番よく出る。また、店舗の対応の良さと悪さも一番出るのである。そのラッシュの中で大切な固定しているユーザーを失ってしまったのでは、翌年にはそのツケが回ってくる。これは必須であり、むしろ、このラッシュ時に新しいユーザーをつなげることが出来れば大きなリピート客の積み上げになって、収益アップを実現することができる。

「不快」＝暑い・寒い・臭い・うるさい・汚い・落ちつかない・危ない
「不満」＝悪い・粗雑だ・高い(品質に比して)・遅い
「不信」＝順番を間違える・時間の約束を破る・注文と違う

待合室に1時間座っていると、このように思ってもいなかった「不快」「不満」「不信」の

グットカンパニー大賞受賞のご挨拶

このたびはアイ・タック技研株式会社は「グッドカンパニー大賞」を受賞いたしました。

グットカンパニー大賞とは、「社団法人中小企業研究センター」が主催し中小企業、特許庁、商工会議所などが後援している賞で、また株式会社場を設けていない資本金3億円以下、設立16年以下の中小企業を対象とし、特色のある経営をしている会社、将来性のある事業を展開している会社などを表彰しています。

41年の歴史を持ち、初回の受賞会社にはまだ町工場であったところの京都セラミック(京セラ)などもいて、当時小さな会社でも、今では大きくなっています。

アイ・タック技研株式会社はそのような賞を受賞させていただくことになったことはこの上ない名誉であり、大変ありがたい感謝の念に耐えま

せん。また、これまでアイ・タック技研を支えて下さった関係者の方々と、キーパーを支持していただいた多くの施工店さん、キーパーを愛用してくださっている全国のユーザーの皆さんに深く感謝いたします。ありがとうございます。

日本人は世界的に見ても特に「きれい好き」な国民です。自家用車が国民の隅々まで行き渡り、一台が当たり前のようになってきた現代、嗜好品としてだけでなく、嗜好品としての意味を持つ傾向も強くなっています。そんな中で、自分で洗うキレイさ以上のキレイさをプロに求めるニーズが増大しています。

アメリカには「洗車」には「CAR WASH」があり、本に新しい洗車文化を、合言葉に頑張っています。今後はとも皆様の「ご指導、ご支持をよろしくお願ひいたします。

代表取締役 谷 好通

プロショップ 探訪

Keepre PRO SHOP

基本を手堅く実行し
一歩ずつ実績を積み上げる

三谷サービスエンジン グリーンポート金沢SS
石川県金沢市南新保町135-1

厳しい規制のなかで売上を伸ばす

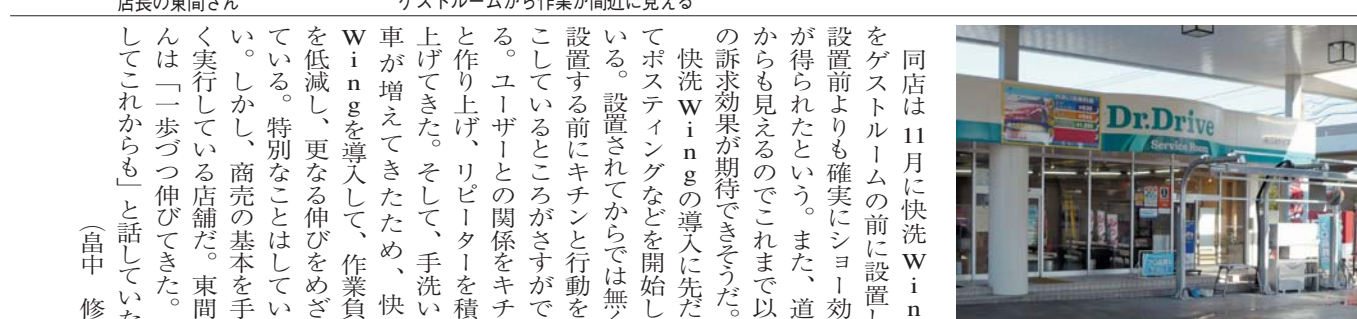
三谷サービスエンジンのグリーンポート金沢SSは、県庁などの公共施設が並ぶバイパスの側道沿いにある。フルサービスでバスやトラックも給油できる店舗だ。金沢市は外観保護条例という法律があり、看板をほとんど付けることができない。そのため、看板による訴求が自由にならな



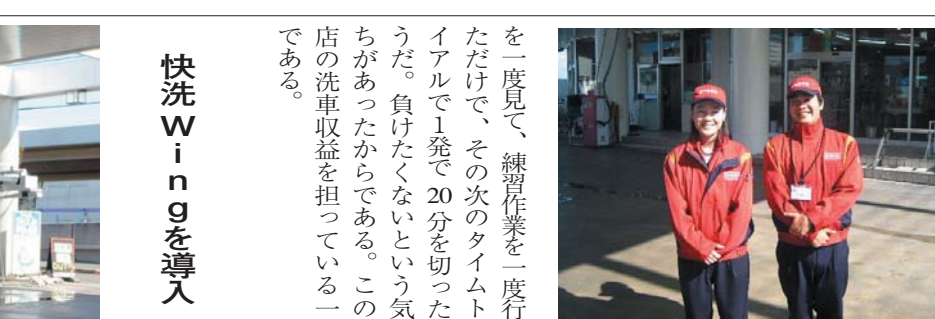
「洗車ですか?」の声掛けを徹底しているわけでもなく、顧客管理でキッチンフォロワーしているわけでもない。では何をしているのか。それはフルサービスの最大の特徴であるユーザーとの関係大切にしていること。たいしてユーザーから依頼の声が掛かってくるぞうだ。



「洗車ですか?」の声掛けを徹底しているわけでもなく、顧客管理でキッチンフォロワーしているわけでもない。では何をしているのか。それはフルサービスの最大の特徴であるユーザーとの関係大切にしていること。たいしてユーザーから依頼の声が掛かってくるぞうだ。



「洗車ですか?」の声掛けを徹底しているわけでもなく、顧客管理でキッチンフォロワーしているわけでもない。では何をしているのか。それはフルサービスの最大の特徴であるユーザーとの関係大切にしていること。たいしてユーザーから依頼の声が掛かってくるぞうだ。



「洗車ですか?」の声掛けを徹底しているわけでもなく、顧客管理でキッチンフォロワーしているわけでもない。では何をしているのか。それはフルサービスの最大の特徴であるユーザーとの関係大切にしていること。たいしてユーザーから依頼の声が掛かってくるぞうだ。

1級技術者の中畑さん

コーティング技術1級資格は中畑さんがもっている。中畑さんは初めて快洗Jr.で手洗い洗車を覚えた時、アイ・タック技研のインストラクターの作業

1級資格取得の中畑さん(左)と山口さん(右)