

キーパープロショップで先行販売の メニューカタログを 使ってみてもらいました

現在12万1,000部
好評発行中! (2014年8月6日現在)



クリスタルキーパー、ダイヤモンドキーパー、ダブルダイヤキーパーのコーティングの特徴や効果、アラカルトの案内、塗装トラブル解決方法まで完全網羅したメニューカタログを夏のキーパー選手権応援ツールとしてキーパーLABOおよびキーパープロショップに先行して配布しました。最終ページには見積書付き。そのまま記入してお客様に持って帰っていただけのも特徴です。使っていただいた結果、ほぼすべてのキーパープロショップから改めてご注文をいただきました。メニューカタログの活用方法とその手応えをお伺いしました!

① 各務原石油(株) 春岡通SS

具体的な会話ができて予約や受注につながる

受注カウンターにたくさん置いておく

使い始めだがお客様の反応はすこぶる良いです。メニューカタログは「メニュー表」と「チラシ」の中間的な存在です。メニューカタログを受注カウンターにたくさん置いておく、手洗い洗車のお客様や、コーティングに興味を持っていただける方に「こちらをお読み



なってお待ちください」と言ってお渡しします。今まではメニュー表だと、大きいからか読む人がいなかったのですが、メニューカタログは手に取りやすいようでよく読まれています。興味のある方には最終ページの見積書に記入し、そのまま持ち帰ってもらっています。カタログと違い、価格も入っているのでもっとも具体的な話ができますね。

チラシに興味を持った方に カタログで具体的に説明

店頭でも活用しています。給油のお客様に対して、必ずチラシを渡しています。商品ラインナップや価格、キャンペーン情報などを伝えるため

です。チラシを渡し、少しでも興味を持ったお客様には、メニューカタログで具体的に説明しおすすめをします。持ち運びができるメニューカタログは重宝しています。メニュー表と違ってお客様がメニューカタログを手に持って、スタッフが説明できるのが良いですね。

書いてあることをそのまま説明すればいい経験の浅いスタッフもみんなが商品説明をしやすくなりました。書いてあることをそのまま伝えれば良いですからね。新車でコーティング施工したが、その後手入れせず、水シミでお困りの方がいました。そんな

時、メニューカタログの写真を見てもらうと同じ状態だったので、話がスムーズでした。写真があるので納得感があるみたいですね。今までより、具体的な話ができて、予約もしくは成約に近いお客様が増えたと思います。



杉店長

② (株)ネクステージ 東名名古屋インターSS

スムーズにご案内ができ、お客様の不安を解決!

松ヤニの相談からクリスタルを受注

松ヤニが付いた車に乗ったお客様が来店され、クリスタルの受注につながりました。今までは、この場合汚れが取れるか取れないか、「まずやってみます」ということだけ伝えて、洗車を始めていましたが、カタログにのっている汚れの詳細を見せると「こんなメニューがあったんだね」と驚



いていました。松ヤニから、駐車環境や普段の洗車の仕方の話をして、「汚れにくくなれば」という相談から、コーティングの話に繋がりました。

「結局いくらかかるの?」が お客様の納得に繋がった

コーティングを比べると「結局いくらかかるか」を気にされるお客様がいます。「年間で考えれば、ピュアよりクリスタルの方が安いよね」と言う言葉を聞くこともあります。今までは電卓を叩いていましたが、費用比

較のページを見せると、お客様がすごく納得されるようになりました。

1冊で済むので、スムーズにご案内できる商品説明が、メニューカタログ1冊で済むので、お客様にスムーズにご案内できるようになりました。

今までは、メニュー表や被膜の模型を使ったり、パンフレットを使ったり、いろんなものをカウンターの上に載せて説明していましたが、他のコーティングとの違いを、カタログにある「水シミ」の写真や、二層構造の図

を使っていました。洗車の仕上がり確認時に、ボディのくすみを気にしているお客様からコーティングの相談を受け、新車でコーティング施工してから5年以上経っていたので、メニューカタログと名刺を渡しました。後日電話があり、タイヤの予約をいただきました。



稲葉店長

③ 岡重(株) Express富士宮バイパスSS

予約のお客様に「当日までにご覧になって下さい」と渡す

あきらめてしまっていることも 実は解決できると提案

メニューカタログは、①興味がありそうなお客様②見積書をお渡ししたお客様③予約をいただいたお客様に渡します。店頭で、まず手配り用チラシとサイズ別に予め用意された見積書を使い、お客様にアプローチをします。興味がありそうなお客様と見積書をお渡ししたお客様へは、メニューカタログをお見せして、見積書と一緒に渡します。その際、トラブル解決のページ部分を使い、「取れない汚れなど、もうどうしようもないかな?と諦めてしまっていることも、実は解決できることはいっぱいありますよ」と言添えしています。ここでの会話がすこぶるしやすくなり、お客様から聞かれる(質問される)ケースも増えました。予め読んでおいてもらい会話のきっかけにして、メニューカタログと見積書をクリアファイルに入れ、お渡ししています。さらに、予約をいただいたお客様へは、「当日ま

でに、ぜひご覧になって下さい」と言い、お渡しします。その結果、予約日当日の受注の際、ご覧

になられたお客様から、「このザラザラなんだけど…」と、聞かれることもあり、会話のきっかけにつながっています。この先、ご予約をいただいているお客様がご来店時に、「どんな会話ができるのか?」が、今から楽しみです!



商品の価格が記載されていないメニューカタログにエクセルで作った価格表を挟み込んで使っている



渡邊統括課長

④ (株)センチュリー セルフ松伏給油所

ドライブスルーの拭き上げの お客様に声をかけるのがポイント

ドライブスルーの拭き上げのお客様にも メニューカタログを渡す

メニューカタログは、①店頭での活動で、興味がありそうなお客様に見積書と一緒に渡します。②お渡しの際、施工証明書のご説明後、お渡しします。②の場合、受注時にオプションメニューに興味はあったが、実際、当日にはやられなかったお客様に有効です。③ドライブスルーの拭き上げをされているお客様へお渡しします。当店で、ドライブスルーの拭き上げを行われているお客様へは、「必ず声をかける」ことを徹底しています。かける言葉は、「コーティングはされていますか?」「気になる汚れ、取れない汚れはありませんか?」です。洗車をされた方(=キレイにしたいと思われる方)と実際の車を前にして会話ができ、時にはその場でサッと虫汚れや水アカなどを取って差し上げたりすると、その効果を実際にご覧いただけることとなり、お客様が拭き上げ時に声をかけることは、ベストタイミングのようです。

よく読んでいただけるので DMとして発送してみたい

この時にメニューカタログをお見せすると、よく読んでいただけること、加えて確実にお客様へ説明とともにお渡しできます。コーティングは、オイル交換や洗車のみ(既にコーティングを施工しているから、という理由など)で、店舗を利用されているお客様に対して、DMを送ると反応が良いため、ぜひメニューカタログそのものをDMとして送ってみたいですね。



汗だくで、笑顔で語っていただいた浅井専務取締役(中央)