

全国総合入賞店

1203.0ポイント (株)りゅうせきエネルギー Dr.Drive小塚駅前店 (沖縄県・海外)

2位 確実なリピートを積み重ねながら、お客様のための考えた新しい取組みを展開!

ダイヤモンドキーパーとアラカルトの施工台数が増えました。12月、40台施工したダイヤモンドキーパーのほとんどが3年タイプです。受注時に「キーパーコーティングの1年あたりの費用比較表」を使っています。1年あたりの費用で見ると、3年、ノーマンテナンスのダイヤモンドキーパーがお得であることと、仕上りの良さからスタッフみんながすすめて、小塚駅前店の自信のメニューとなっています。

「ご利用の記録シート」を一人ひとりのお客様に対して作り、以前にどんなメニューをされたか分かるようにしたことで、アラカルトやメンテナンスの提案漏れがなくなりました。12月は、12月以前にコーティングを施工された

お客様にアラカルトメニューを案内し、ヘッドライトクリーン&プロテクト78台、ホイールコーティング184台施工しました。

コーティングリピート率は、70%以上に達します。11月や1月に施工されたお客様もカウントすると85%を超えます。接客・作業・引渡しすべて必ず技術資格者が行い、特に接客と引渡しは、必ず同じ担当者が行うことで、よりお客様の安心感と満足度を上げる工夫をしています。さらに前年12月にコーティングを施工されたお客様にDM+電話フォローを確実に実施して、再施工の予約をきっちりと獲得しています。

12月に向けての活動は、お得なクーポン券とコーティングのサイズ別の価格表を添えた

メニューカタログを店頭で5,000枚、業者を使った3,000枚のポスティングでスタート。今回「12月1日～15日まで、コーティング10%OFF」から、「11月中に予約すると通常価格より〇〇〇〇円引き」とクーポン内容を変更しました。予約の段階でお客様はメニューが決まっていなかったことが多く、まず「予約の日」を決めてもらい、後日「メニューを確定する」という流れにしました。対象期間を12月1日～27日までとしたのですが、天候不順もあって予約が前半に入らず、中旬以降に集中してしまったことが反省点でした。小塚駅前店としても一度、全国優勝をして、小塚駅前店という名前も全国の皆様にも知ってもらいたいと思っています。



3年前の12月にセルフSSにリニューアルし、店名もタウンズ店から小塚駅前店へと変更。金城店長(写真右)は2011年、タウンズ店として12月のキーパー選手権で全国優勝を果たしている。



1168.5ポイント サンアイ自動車(株) (愛知県)

3位 「お客様に喜んでいただくために」をめざし、社員全員が協力しよう



環境の整備を夏の選手権後に実践し、非常に効果の高い環境を作ることができました。これまでコーティング作業も仕上げも主にリーダーの仕事でしたが、現在ではコーティング作業は主に2級の2人に任せ、リーダーは仕上りのチェックなどサポートをするようにしました。作業台数は同じでも、品質の向上を図ることができました。

販売した車にはコーティングだけでなく、整備やナビの取り付けなどがあり、効率よく作業するためには連携が重要になります。段取りをしっかり行い、夏の5台分ぐらいの作業労力で、冬は7台ぐらいのコーティング作業ができるようになりました。

「お客様に喜んでもらうために」を実践するためにしているのが「クレームをゼロにすること」。納車後にアンケートしてもらう中で、コーティング後の作業による手跡などがあることが分かり、品質の最終チェックを確実にすることで完成度を上げるように改善しました。

作業スタッフはお客様と直接していませんが「すべての社員がお客様と思え、その社員に喜んでもらえることが、お客様の喜びにつながる」という意識を持っています。

1128.0ポイント 岡豊(株) エクスプレス富士宮バイパスSS (静岡県1位)

4位 入念な計画で、夏の選手権のリベンジ! 今年の冬は、トップ3ランクインをめざす!

昨年8月の選手権では全国5位。全国トップ3に入ることをねらい、準備は9月から始めました。過去の12月選手権トップの獲得ポイントを分析し、トップ3に入るには最低1200ポイントが必要だとわかりました。10月からほぼ毎週末に予約キャンペーンをしました。トールコーヒー併設店のため、予約取りキャンペーンを行うと繁盛感が出て雰囲気良くなります。トールコーヒー前にテントを張り、「コーティング商談会」と大きく書き、選手権のトロフィーや認定証を並べたり、動画を流したりして演出しました。11月には、手洗い洗車半額キャンペーンをしました。普段興味を持たない方に対して声をかけ、コーティング予約につなげました。すぐに予約につながらなくても、見積書などを渡し、12月の施工へとつなげました。結果、11月末で約140台の予約が取りました。

12月は、洗車のお客様のコーティング受注を強化しました。メニュー説明は一切なしで、イメージをお客様へ伝えました。「新車のような仕上がり」「汚れを落としてツヤを持たせる」「水垢汚れが落ちている」「汚れが落ちている」の4つのイメージを伝えると、お客様は答えてくれやすく、お客様と一緒に車を見てお話をしました。お客様は思った以上にコーティング施工を望まれていました。



1058.5ポイント (株)金沢丸善 ワンダフルセルフ漢 (石川県)

6位 コーティング利用者はのべ3~4000人。SSのイメージを覆すサービスが強い!

基本的な活動は今まで通りです。予約取りは、過去2年間でコーティング施工された方1200件にDMを送付。その後TELサポートを行いました。リピート率は82%です。新規獲得のため、店頭声かけも徹底しました。以前コーティングしたお客様はシステム管理しており、給油で再来店された際「しばらくしてないですね」と声かけをします。主に女性スタッフが中心になって受注を行っています。

クリスタルキーパーは施工時間2時間という手軽さが人気です。施工中は店を待たれる方がほとんどです。アラカルトが減ったと思うので、次回の選手権に向けての課題ですね。

快洗Jr.1台で手洗いしているため、お引渡しの際、コーティング施工後の洗車の気軽さをアピールし、新しくなった洗車機の利用者を増やす活動も行っています。ダイヤモンドキーパー5万円は高い!と思っていた時代もありますが、今はダブルダイヤも当たり前になっています。

現在はSSのイメージからの脱却を意識しています。ワンダフルセルフ漢SSのコーティング利用者はのべ3~4000人。その方へのコーティングの声かけ・点検・車販売など多くのサービスを提供できる強みがこの店舗にはあります。



1028.0ポイント (株)河備エネシス Dr.Driveセルフ藤崎店 (岡山県1位)

7位 お客様との関係を大切に、人間力・知識・技術を高め、プロとして成長

少数精鋭で1人ひとりの技術力が高いのが特長です。地域密着型で、お客様との関係を築いています。リピーターが多く、12月はピュアキーパー247台、クリスタルキーパー227台施工し、キーパープロショップに登録してからダイヤモンドキーパーが販売に加わり14台施工。お客様が勤める会社で洗車の話題がのぼり「コーティングをしたいのだけ」とのご依頼もありました。結果、売上前年対比122%となりました。

施工中に気が付いた点を、プロとしてお客様ときちんとアドバイスをします。また施工証明書を渡し、今後の手入れについて伝え、仕上がった車をお客様の気持ちになって、一緒にほめちぎっています。

コーティングケアも増えました。手洗い洗車のお客様の車に、水垢が付いたら案内します。新車時にコーティングを施工された方には、「せっかく良いコーティングしているのだから、このコーティングの上についている汚れを



セルフ洗車機の利用者全員にタオルとタイヤワックス用具を手渡ししている。ちょっとしたコミュニケーションも大事にしている。

取ることで済みますよ。もう一度新車の輝き取り戻しましょう」とお話をします。フォトログも活用しています。タブレットで見せて許可をもらい、写真を撮らせていただくと、お客様も喜んでくれ、問合せも増えました。

1026.0ポイント (株)喜多村石油店 貴船SS (福岡県1位)

8位 「挑戦・成長・進化」をテーマに、毎月目標達成! リペア+コーティングで施工台数を伸ばす

12月の成功イメージをしっかり持ち、11ヵ月間、毎月の目標と向き合い達成し続けました。12月だけ成功しても何も意味がありません。毎月、お客様に喜んでいただけること。会社との目標の約束を守り続けることが大切だと思います。

2014年12月にファイリングしていたお客様に喜んでいただけたことを書いたメモをもとに、2015年12月はさらに精度を上げました。11月中旬からスタートした予約取りが順調でした。昨年コーティングを施工していただいたお客様から、リピートの予約も加わりました。

今回はキズやヘコミをキレイに直す提案に合わせて、よりキレイに車を輝かせるためにコーティングのお話をしました。リペア+コーティングを任せていただけるお客様がたくさんいることを学び、コーティングの施工数をさらに伸ばすことができました。スタッフの技術もアップし、良い成長につながりました。一番難しいことは進化したことを継続・習慣化させることです。今年も12月までの11ヵ月間、目標を達成し続けていきます。



966.5ポイント 井谷石油(株) Dr.Drive藤原SS (奈良・和歌山1位)

9位 地元の企業から、となり町の企業を紹介! 地域密着型から、さらに広い範囲へ

地域密着型でコーティングのリピート率は90%以上です。法人の割合が多いです。今回は地元企業から、となり町の企業を紹介いただくことも多くありました。紹介いただいたら必ずメニューブックを持って足を運び、商品説明をしっかりとし、広い範囲でお客様が増えました。また今夏から、給油のお客様にメニューパンフレットを配り続け、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お客様が増えました。

夏タイヤから冬タイヤに履き替え時にホイールコーティングをしたら、預かり賃を無料とすることで、7割以上の方にホイールコーティングを施工していただけました。フッ素ガラスコーティングは、オイル交換とセット販売しました。両方ともリピートされる方が多いです。機械洗車をしている新車時にコーティングしたお客様に、洗車後に話を聞くと「施工直後より効果が落ちた」と不満を持たれています。そのお客様にコーティングケアもしっかりと提案できました。



964.5ポイント マツハヤ石油(株) Dr.Driveルート・エムテセ給油所 (長崎県)

10位



キレイにする想いとお客様の要望に応えられる技術

会社で毎年行っているコーティング定期訓練がとても役に立ちました。コーティングの技術、知識の大切さを改めて再確認できました。技術レベルを前年以上にするため、アルバイトから社員まで、コーティングの技術訓練を徹底的に行いました。

プロであること、たくさんのお客様に喜んでいただいている店舗であることを伝えるため、キーパー技術コンテストやキーパー選手権の受賞歴が伝わるようにレイアウトを変更。施工した車は、すべてフォトログに掲載しています。お客様が仕上りをイメージしやすくなったことで、ご来店が増えました。店内受注を徹底し、お客様とたくさん話しました。割引なしでもアラカルトを多く追加注文いただきました。