

KeePerコーティングは、強いリピート性を持つストックビジネス

お客様のお車のこれからを一緒に考える

4月に技術開発部の責任者であった増田君を、キーパーLABO大須店の“店長”にしました。増田君は年末やお盆の繁忙期だけでなく、何かにつけて店舗に出ていて、良く現場のことを分かっている、商品開発に役立って来たのですが、“お客様”のことについてはよく分かっていないと思ったので、お客様と一番接触する“店長”にしたのです。

それも、「体験として」なんてことにすると本気になれないので、人事異動としてきちんとした“店長”にしました。期限はナシでした（今は技術部長に戻っています）。

増田店長は、着任してすぐ店舗の改善を進めて、店頭での接客、受注のすべてを自分が引き受けて、大須店をその実績から劇的に変えました。改善したことは、基本を基本としてしっかり実行したことがそのすべてであり、「お客様の不快」がなくなっただけです。

一番大きなことは店長が受注のすべてを引き受けて、「お客様と一緒に、お客様のお車のこれからを一緒に考えたこと」だと言います。今度またお客様が次に来られることを考えてお客様と接したというのです。

KeePerコーティングは、継続的な利益と売買の関係が続くストックビジネス

ご来店されたお客様に対してダメなのは「今日は何を売ろうか」「何を提案して、何を今日は買っていただくか」と思うことです。「今日どのように車をキレイにしてお金をいただくか」と思うと、今日だけのお客様との関わりになります。それではコンビニエンスストアや、スーパーなどと同じです。もっといえば、すべての外食産業の店舗などと同じです。「今日」商品を買ってとりあえず一つの売買が終了する。これをフロービジネスというそうです。

フロービジネスは顧客との売買がその都度で、継続的な利益は得られません。もちろん飲食店や小売店にはひいきしてくれるお得意さんがつきますが、それでも数ある他店舗の中の一つなので、いずれにしてもフロービジネスであり、ライバル店の存在、流行等の影響によって売上が増減します。

キーパーは継続的な利益を得る「ストックビジネス」

以前「KeePerコーティング、キーパーLABOというビジネスは、一般的なフロービジネスではなくて、むしろストックビジネスに近いのではないか」とアナリストの方に言われたことがあります。単発で商品が売られるよりも、一度商品を買ったら、顧客と契約を結んだり、会員を確保して継続的な利益を得る形で、ずっと売買の関係が続く業態のことをストックビジネスといいます。解説によると「通信事業、電力・ガス事業、介護事業、塾事業等がストックビジネスに当たり、フロービジネスと異なり継続的に収益が得られるので、一定数の契約や会員を獲得できれば収益が安定しやすい」とありました。KeePerコーティングが、なぜストックビジネスかという、強いリピート性を持っているからです。

お客様に「また来たい」と思ってもらえることに集中する

以前、キーパーLABO一宮店での3年前の1か月間、クリスタルキーパーを買っていただいたお客様の全数を抽出して調べたことがあります。3年前の1か月間に売れたクリスタルキーパーは45台でした。その45台を追跡してデータにしたら、それっきりで来ていないお客様は2台だけ。手洗い洗車などで頻繁に来られるようになったお客様が半数以上で25台、残りは普通の洗車はSSのドライブスルーか、自分で洗っているのか、クリスタルキーパーだけを繰り返していた人が十数台。いずれにしても90%以上の方が、クリスタルキーパーの施工を機に、キーパーLABO一宮店とまるで何か契約を交わし、会員になったかのように、繰り返しご来店されていることが分かりました。その回数は、その3年前の数も含めて、平均14.3回、金額で123,000円。その強いリピート性を考えると、KeePerコーティングがストックビジネスであると言っても、まんざら間違いではないように思えます。だからこそ「お客様が店舗に来られたら、今日は、何を売ろうか、何を提案して、何を今日は買っていただくか」と思っているのはダメなのです。

増田店長は「お客様にまた来たいと思っただけのこと

に集中してやってきました」と言いました。初めてのお客様が来られたら、「今日何を売ろうかと考える」のがフロービジネスならば「お客様がまた来たいと思っただけことに集中する」のがストックビジネスでしょう。

KeePerが極端にリピートするお客様が多いとするなら、おのずとやるべきことは決まってくる。「これから、この車をどうキレイに乗っていただくか、お客様と一緒に考えること」です。

ストックビジネスに「安売り」は禁物

フロービジネスは、一時的な取引を繰り返して収益を得るビジネスなので、収益が安定しにくいのがデメリットですが、会員を募ったり契約を結ぶ必要がないため、早い段階で売上を得られる可能性が高く、小売店を開くならオープンセールを実施することで集客できます。

逆に、ストックビジネスは、固定客・会員を一定数獲得できれば収益が安定する点が大きなメリットです。ただし、開業のち収益が安定するほど固定客を獲得するまでに時間がかかるため、スタートダッシュではフロービジネスに劣ってしまいます。

ストックビジネスでは、収益が安定するまでに必要なコストを計算しておかないと、途中で資金不足に落ちいってしまう可能性があります。キーパーLABOでも、新店を開いてからかなりの期間、お客様が極端に少ない期間が続きます。しかしそれに焦って、ガツガツと集客をすると、ストックビジネスを壊してしまうこととなります。ここがストックビジネスの難しいところでもあります。

ただ単に「安売り」「キャンペーン」など一時的な集客策で増やすと、お客様は宿命的にリピートしないので、肝心なお客様の固定化率、リピート率が致命的に落ちてしまい、総来店台数はかえって減ります。ストックビジネスに安易な安売りとキャンペーンは禁物なのです。

KeePer 技研株式会社 代表取締役社長 谷 好通

技術を身につけ、伝えるために。上達会を活用するお店

継続して実施することで「うまくなった」を実感



当社は6店のSSを運営しています。今年5月から各店舗から代表1名を選出して洗車リーダーを育成し、上達会を開催しています。これから生き残るために、洗車・コーティングが必要だと感じているためです。

上達会自体は2、3年前から開催していますが、技術コンテストに初出場することを決め、技術コンテスト前後には頻繁に行いました。回数を重ねるほど、うまくなった手応えを感じましたね。特に実際の施工で「早くなったな、うまくなったな」と実感できるようになりました。1回目の段階では、実践の中で意識が高まったのを実感しつつもまだ疑問が残りました。例えば、教わったことをそのままやろうとしても、車の形状が変わると、動きが分からなくなってしまうとか。しかし、次の上達会で相談すれば、「パネルに対してどういう動きをするのかイメージを作ることによって動きに迷いがなくなって手数も減る」というアドバ

イスをもらい、解決していきます。だから上達会は継続してやったほうがいいと思っています。

リーダーがしっかりと技術を身につけ、各店舗に持ち帰って、他のスタッフに伝えることで各店舗全体の技術を高めていくことが大切だと感じています。

上達会で自信を持って「キレイになります」と提案ができるようになった

上達会をきっかけに徐々に売上が上がってきています。上達会をすることで、お客様に「本当にキレイになりますよ」と自信を持って言うことができるようになりました。これまではお客様に「気になる汚れはありませんか？」と言うにも、切り返された時に自信がなくて積極的に声をかけることができませんでした。



上達会では施工技術はもちろん、受注の時はどういう話をすればいいのか、プラスαの提案はどうすればいいのかも知ることができるので、今では「ヘッドライトの黄ばみがありますね。他に気になる汚れはあ

(株)ジェイエイ遠中サービス
セルフ洗車ステーション
サブマネージャー 井田 哲平さん



りませんか？」と声をかけ、お客様の悩みに対して「キレイになります！」と自信を持って答えることができるようになりました。

また上達会や実際のコーティング施工をしていると、お客様の方から「何やっているの？」と聞いていただけることもあります。技術コンテスト予選会優勝の表彰状を見て「俺の車もやってよ」と声をかけていただくこともありますよ。

指導力を身につけるためにも上達会を活用

今は上達会に施工を学ぶためというよりも、インストラクターがどんな指導をしているかを勉強するため、「指導役」の目線で参加しています。習得した技術は、現場に落とすしていかなくてはなりません。足の幅とか、スポンジの持ち方とか細かい部分までアドバイスができるように、これからも上達会を活用したいと思います。



新たな車を続々撮影中です！販促物に、ご活用いただけます。

KeePer撮影スタジオが完成し、販売促進のためのキーパーコーティングをかけた「ツヤのある車」を新しい車種も含め、どんどん撮影しています。今後も車種ラインナップを増やしていきます。そして、お客様に新鮮さをお届けできるよう、新しい発想の撮影にも挑戦していきます。



KeePer撮影スタジオ
愛知県大府市宮内町6丁目158
TEL.0562-45-6270