

キーパー選手権上位入賞店に聞く

購買意欲

女性のハートをつかむには？

夏のキーパー選手権も折り返し地点。毎年、キーパー選手権に上位にランクインする店舗では、一般的に取り込みにくいといわれる女性のお客も多くコーティングをされています。中にはコーティングのお客様の6~7割が女性という店舗も！
今回は、特に女性のお客をつかむテクニックをキーパー選手権上位入賞店に聞きました。

(株)サントーコー DDセルフ京都南インターSS(京都府)

●**シャンプーやコンディショナーに例える**
シャンプーで髪の毛の汚れを落とし、コンディショナーが髪の毛に浸透して、髪の毛そのものを良くしていくキューティクル改善を例にして、洗車とコーティングの違い、コーティングの良さを表現しています。

●**アンケートと販促物で会話するきっかけを作る**

選手権シーズンには給油のお客様にプロショップツールのアンケートにご協力いただいています。スタッフが聞きながら記入する形で、ご協力いただければボールペンをプレゼント。さらに仮予約していただければレジャーシートをプレゼントしています。販促物を使い、お客様にメリットを与え、アンケートにご協力いただける上、お客様との会話ができ、コーティング受注のきっかけになります。

●**値段に敏感な女性には「お買い得感」を**

コーティングの性能はもちろん、クリスタルキーパーMサイズ19,800円なら月々たったの1,650円というように月々に割って提示するとお買い得感が伝わりやすくなります。年に4回のピュアキーパーよりお得ですよということもできます。

●**「僕にぜひ任せていただけませんか!」**

うちの店舗の周りには同じコーティングができるSSがたくさんあります。そんな中でも私の施工は、どこにも負けないという自信があるので、せっかくならうちで施工していただきたいという気持ちを、お客様の目をしっかり見て「僕にぜひ任せていただけませんか!」「僕にやらせてください!」とズバッとぶつけます!



(株)りゅうせきエネルギー DDタウンズ店(沖縄県)

●**コーティングの説明は、よりイメージしやすく**

ゲストルームで説明するときは、ミニカーを使います。ピュアキーパーは、サランラップを被せて保護被膜を、クリスタルキーパー・ダイヤモンドキーパーはガラスのコップを被せてコーティング被膜をイメージしてもらっています。



●**まずピュアキーパーから試してもらおう**

コーティングしようか悩んでいるお客様には、まずピュアキーパーから試していただけます。まず品質に満足していただき、信頼関係を築けば、自然と「この間、話していたクリスタルキーパーをお願いできますか?」とお客様から声をかけていただけます。



(株)矢嶋商店 川口SS・鷺宮SS(埼玉県)

●**コーティング施工した10年前の車を見せる**

コーティングを施工した10年前のスタッフの車を見せながら「こんなにキレイになるんですよ」とコーティングの説明をしながら会話をします。金額や施工時間などの話をしながら「新車でしたらコーティングしないもったいないですよ。せっかくだからいかがですか?」と仮予約をしてもらいます。

●**洗車が終わったところに話かける**

洗車を受注し、作業に取りかかり、洗い終わりのころにお客様のところに行き、車の状態やお手入れについて話し、コーティングをおすすめします。特に女性のお客様には有効的です。



セキショウカーライフ(株) 鹿嶋佐田店(茨城県)

●**「私の車も、お手入れがラクになって、お隣の車よりキレイですよ」**

お隣の車よりキレイでいたいというのは女性特有の心理だと思いますので、「私の車も洗車機で洗っていますが、お隣の車よりキレイにみえますよ」「私もコーティングしてるんですけど、お手入れがラクになりますし、雨の日もすぐ水をはじきますよ」とスタッフ自身の体験として口コミ感覚でお話をします。

●**奥様と盛り上がる**

夫婦で来店される方も増えています。その場合、旦那様が奥様に施工の許可をもらうことが多いので、奥様との話を盛り上げることが大切。地域的に1人1台車を持っていることが多く、新車には奥様が乗っているケースが多いです(笑)。

●**洗車機でも効果を発揮するコーティングをアピール**

コーティングのお客様の7割は女性です。男性より、家事、子どものお迎え、仕事で忙しい女性のお客様が時間にシビアなので洗車機を使うことが多いです。洗車機でもしっかり効果を発揮するコーティングは女性には大きなポイントです。



(株)弘善商会 DDセルフ青山店(青森県)

●**「コーティングは車のお化粧ですよ」**

給油の女性のお客様に対して使います。「お客様はキレイです。車のキレイはコーティングです」と笑顔で伝えます。女性には「お化粧」は欠かせませんので、分かりやすい言葉で説明すると任せてくれます。コーティングに満足された女性は、別の女性を連れてくる人が多いです。コーティング後も洗車のリピートしてくれます。



●**「コーティングしていると雪下ろしいいですよ」**

雪国ならではの言葉です。5cmぐらいの雪であれば、車の暖気10分でスルスル落ちて雪下ろしがいらなくなります。寒がりな女性にぴったり。雪はチャンスです。

(株)倉島商店(福島県)

●**「ガラスコーティングは駐車場に止めていても、ツヤが違うから一発で分かりますよ!」**

女性のお客様には、コーティングの性能・効果よりも見た目のわかりやすさの方が伝わります。

●**長く続けることに意味があることを理解してもらおう**

女性のお客様は「繰り返し、何かを行うこと、長く続けること」に意味があることをよく理解できる方が多いので、リピーターになる方が多いです。



東洋石油販売(株) 成田セルフSS(千葉県)

●**雑談をたくさんする**

雑談からの獲得が多いのは女性のお客様ならではの長です。雑談の中で「お手入れはどうされていますか?」と聞き、「汚れにくさ」「洗車回数が減る」ことをわかりやすく伝えます。



(株)金沢丸善 ワンダブルセルフイオン松任店(石川県)

●**話しやすい女性スタッフがアプローチ**
女性スタッフが、普段の洗車回数や洗車方法、コーティング経験などのアンケートでお客様にアプローチします。男性スタッフよりはるかに話が盛り上がりやすい。押し売りにならないよう、アンケートに合わせたご提案をし、見積書ではなくチラシを渡します。旦那様に相談されてから施工するケースも結構あります。

●**「試してみませんか?」**

「本当に良いですよ」

割引などのキャンペーン時は女性スタッフが「試してみませんか?」、普段は給油のたびに「本当に良いですよ」と声かけします。女性スタッフには詳しい商品知識を教えるよりも、実際の施工車を見せて、その違いや良さを実感してもらいます。その実感を、自分の言葉で伝えてもらった方が女性のお客様に伝わりやすいんだと思います。

マツハヤ石油(株) ルートエムチトセ(長崎県)

●**「皆さん施工していただいています」**

「どんな洗車をされているか?」「回数はどれくらいか?」などお話をした上で金額を伝えます。そして自信を持って「お客様は皆さん施工していただいています」「お任せいただければ、その後のケアもさせていただきます」と言っています。



マルセキ(株) グッドハート桜田西SS(山形県)

●**専門用語を使わない**

8月のキャンペーン予約は現在120件。うち約6割が女性のお客様です。女性のお客様には身近な言葉で分かりやすく話さなければ興味を持ってもらえません。「相手にとって専門用語に聞こえる言葉」を使わないようにしています。「とてもキレイになって、汚れも付きにくくなりますよ」など、ゆっくりとお話します。

●**「今すぐ」よりも「予約」に好感**

女性はほとんどの方が手帳を持っています。来月のスケジュールも決まっている場合も多いです。そのため「予約」を一緒に決めることで、施工への期待や満足度も高くなると思います。

●**「お得」「キャンペーン」に敏感**

男性は「この汚れを落としたい」と具体的なものに対し、女性は「漠然と昔よりもくすんできた」という思いがある程度。自分で洗車することが少ないだけに「サッと簡単にキレイになればいいのに」という思いが強いので、手軽にキレイになることは「お得」として伝わりやすいです。今よりも発色やツヤが良くなることは知識が少ない分、素直に想像してもらえます。キャンペーン実施も「お得」を感じていただけます。