

決して売りこまず、お客様に喜んでいただく。 LINEや地元誌をうまく活用し、 口コミ・紹介を拡大し年間売上**3,000万円**越え！

3年前にセルフSSへ改装オープンをした時から、キーパーを本格的に取組みはじめ、当初は、キーパー選手権の時期に合わせて、8月と12月にキーパーのキャンペーンを行い、キーパーをたくさん施工していた。そのころの店舗の年間油外目標が6,000万円。達成するためには、コーティング・洗車収益がキーになってくるが、年間2回のキャンペーンでは到底達成することができず、店舗のみんなが大好きなキーパーを中心に年間計画を組み直し、取組みを再スタートさせた。

《広川日石(株)Dr.Drive セルフ西条375SS 年間コーティング・洗車売上推移》



強化月間を作り、年間通してキーパーに取り組む

まずは年間通して、一切のイベントを行わずに、キーパーを取組むのはなかなか続かないと考え、3月4月7月8月12月はキーパー強化月間とし、目標を高く設定し取組みました。強化月間ではない月には、上達会に参加をし、そして、社内技術コンテストを実施し、技術力を磨きました。

値引きでの販売には限界がある…

もともとキーパーを取組みはじめたころは、店頭で給油をしているお客様にキーパーをおすすめし、値引きをして販売をしていました。また手洗い洗車で来店をされた方に、取れない汚れなどをこちらから指摘し、さらに値引きをして販売をしていました。しかし、この取組みではいつか限界が来ること、そしてリピート率が良くないことを反省し、もっと広く考え、取組む方法を考えました。

Web活動を強化する

そこで、Webを強化することにしました。キーパーショップサイトの店舗情報を充実させました。フォトログのアップはその日のうちに行います。お客様とたくさん会話をした後にフォトログをアップします。すると変化が起きてきました。施工をしたお客様が家族や友人を紹介してくれるようになったのです。今まで給油にも来られていなかった方の来店も増えました。

LINE会員4,000人、施工車紹介をタイムラインに投稿

さらに、もっとたくさんの方にキーパーを知ってもらいたいと考え、LINEをはじめました。給油レーンでは、このLINEの登録をしていただける方を増やす活動を日々行っています。今ではLINE会員が4,000人いて、LINEの中のタイムラインでも施工車の紹介を行っています。このLINEをはじめてから、さらに紹介で来店される方が増え、電話での問合せも増えました。問合せをいただく方のほとんどがダイヤモンドキーパーについての内容です。そして、そのタイムラインで紹介した施工車と同じ車種、色のお客様が来店することも珍しくありません。他には、地域の情報誌『Jimo通』にも2ページを使い、大きくキーパーについて掲載をしています。



決して売らないこと

とにかく店舗の中だけで小さく活動するのではなく、大きく広く考え活動することを心がけています。もちろんリピートのお客様へは、DMや電話を使い、感謝の気持ちをお伝えしています。今では、年間のコーティング・洗車収益が3,000万円を超えました。ポイントは、決して売らないこと。そして、施工をさせていただけるお客様に喜んでいただき、また来ていただくこと。これだけを考えて活動をすると、口コミや、紹介などで新規の方も増えます。引き続き、技術力向上を忘れず取り組んでいきます。

