

私たちは、 洗車・コーティングの ソムリエである。

初めてのお客様にこそ、
自慢の商品をオススメし、高い再来店率を実現する

新規客の半年以内の 再来店率は 「洗車」で30%、 「キーパー」で68%

面白いデータがある。ある快洗隊新規店に初めてご来店されたお客様で、最初に受注したものが「洗車」の場合、半年以内の再来店率は約30%。「キーパーコーティング」以上の商品を受注した場合の再来店率は実に68%であったという。

最初に「洗車」をされたか「コーティング」をされたかで、再来店率が2倍以上も違うのはなぜだろうか。



「洗車」での喜びは お客様の想定内

私たちは洗車という最もベーシックな商品にもプロの技術を活かして、キレイさを提供している。だから、多くのお客様に、洗車だけでも「ああ、キレイになったね」と喜んでいただける。その喜びから、私たちが提供する商品の品質を感じ取っていただき、もっとキレイになるキーパーコーティングや、高性能コーティング、あるいは除菌処理などのアラカルト商品へのエスカートを期待するわけである。

しかし、プロの洗車といえども「洗車」でのお客様の喜びは、水垂れがないとか、洗い残しがないとか、マイナス要素がないというレベルの喜びであって、ひょっとしたらお客様の想定内のキレイさなのではないだろうか。だから「また来よう」という動機にそれほど結びつかず再来店率30%程度でしかないのではないか。

「期待以上」のキレイさが 「また来よう」という リピートにつながる

しかし、キーパーコーティングなどは、洗車では落ちない水垢等こびりついた汚れを取り、高分子重合体（ポリマー）の平滑効果で新車時のようなツヤが戻るので「ほ～、新車みたいになっちゃった。驚いたね」とビックリされる。ダイヤモンドキーパーなどの高性能コーティングではそれ以上に驚かれることもある。キーパー以上の商品になると、よりプロの技術が活かされ、素人であるお客様の「期待を超える」ことができるようだ。素人以上、期待以上のキレイに驚き、感動されたお客様は「お店とスタッフが作り出すプロのキレイさ」にリピートすることになり、68%の高い再来店率を実現していると考えられる。

この「期待以上」という部分が肝心で、お客様の想定内のキレイさでは印象が薄く「また来よう」という動機にまでは行き着かず、自分が持っていた期待を超えたキレイさを提供された時に、「また来よう」の動機の臨界点を超える場合が多い。

初めてのお客様にこそ、 私たちの得意技で 感動していただく

自分の店に初めて来店されたお客様に、つい遠慮をして、まず洗車からと考えがちだ。だから値段の安い商品をオススメしがちになる。お客様も初めての来店で構えているので、安い商品をオススメされればついその商品で落ち着いてしまう。

しかし、初めてのお客様だからこそ、自分たちの自慢であり、自分たちの技術を活かせるようなキーパーコーティング以上の商品をオススメするほうが、自分たちにとってもお客様にとっても自然なのではないだろうか。その店の得意技を見ていただくべきだろう。



初めてのレストランでは、 オススメを食べたい

たとえば、初めてのレストランに入ったとしたら、その店の一番安いメニューをオススメしてもらいたいだろうか。絶対にそうではない。そのレストランの自慢のメニューをオススメされたい。そして、それが美味しければ感動して「またこのレストランに来よう」と思うはずだ。一番安いメニューをオススメされても、自分の想定内の美味しさであれば印象に残ることもなく、感動もせず、また来たいとは思わない。



私たちはソムリエで あるべき

ソムリエとは、フランス料理レストランなどでお客様の好みとお料理に合ったワインを選んでオススメしてくれる人である。フランス料理は共に飲むワインの選び方が良ければ、料理の味が引き立ち、ワインも美味しく飲めて感動する。しかし値段だけでワインを選んでそれが料理に合わなければ、両方が台無しになって、お客様から「美味しくないレストラン」と思われてしまう。ソムリエとはお店の料理の評価まで左右する大切な存在なのだ。

私たちもお客様に、お客様のご希望とカーライフスタイル、お車の状態を考え、もっともお車がキレイでいられる商品のプランを提案する“車をキレイにするソムリエ”であるべきだと思う。どの価格の商品プランを選ぶかはお客様が決めることなので、“変に遠慮して”安いものから提案しては実際にはお客様の希望に沿わないはずだ。考えるべきは、お客様が「買って良かった」「やって良かった」と感動していただく提案なのだ。



初めてのお客様の リピート率の高さで 洗車収益が決まる

洗車・コーティングのビジネスは、再来店するお客様をどれだけ積み上げられるかが勝負である。販売促進をかけて集客をしても、お客様に満足を与えることなく、再来店していただければ、販売促進が「ザルに水」のごとくまったく無駄な活動となり、無駄な経費になってしまう。

快洗隊直営店では平均して月に70件程度の新規客しかない。社会にまだ認知されていない新しい業種の宿命だ。その少ない新規のお客様に“変に遠慮して”安い洗車をオススメして再来店が重ならないければ、まったく成長しない店舗となるが、新規のお客様に対して、最初から自信を持って自慢のキーパーコーティング、ダイヤモンドキーパーをオススメする。その結果に「うわあ、めちゃくちゃキレイになった」と感動していただき、再来店の動機を作り出すことに重点を置いている。

初めてのお客様だから
“変に遠慮して安い商品をオススメ”

するのではなく、
新規のお客様にこそ、
自慢の商品をオススメし、
施工して、感動していただく。
その結果の高い再来店率。

快洗隊の高収益店舗の秘訣は実はこんなところにある。

店長、スタッフ、店舗全体が
自信を持ち、
初めてのお客様にこそ、
最大の歓迎の意味をこめて、
お客様の気持ちと、
お車のためを考え、
自慢のキーパーコーティング、
ダイヤモンドキーパーなどを
オススメしたい。