

ドライブスルー洗車のお客様に

声掛けをし「コーティング・ケア」 「コーティング施工」が増加した！

声掛けに、戸惑わなくなった

今までも、ドライブスルー洗車の拭上げをしているお客様にコーティングの声掛けを行っていましたが、「コーティングは施工されていますか？」とお聞きすると、「ディーラーでコーティングをしているからいいわ～」と言われ、そのまま引くしかありませんでした。

しかし、コーティングがしてある車用のコーティング・ケアを導入してからは、スタッフが声掛けに戸惑わなくなったことが大きいですね。そこから会話が弾むようになり、会話を続けられることができるので、怖いものはなしです。

「車を購入された時、 コーティングは施工されましたか？」

ドライブスルー洗車の拭上げを手伝いながら話し、「車を購入された時、コーティングは施工されましたか？」とお聞きし、そこからお客様とお話を進めます。コーティングを施工していても、ほとんどの方がメンテナンスをしていないので、コーティング施工したことは満足しているが、必ず何かしらの不満(ツヤや水はじき)を持っています。

特に車の購入から1年から3年ぐらい経っている方が多いです。

そんな方に「お客様にピッタリな商品があるんですよ」「こちらです」とコーティング・ケアのケミカル(缶)をお見せします。そして車の一部を施工すると、お客様も仕上がりにビックリされます。

ケミカルにも「ケア」と書いてあるので、お客様もコーティングをおすすめされているのではないので、安心して話を聞いてくれて、結果施工につながる人が多いです。

ドライブスルー洗車のお客様にはあえてチラシを使ってお話をしません。どうしても、チラシを持っていくとお客様が売られる感じがして引いてしまうことが多いからです。施工から年数が3年以上経っている方は、コーティングに不満が多いので、ゲストルームにご案内し、メニュー表を使ってクリスタルキーパーやピュアキーパーをおすすめします。

新車時のツヤを諦めていたお客様も キレイになって大満足

コーティング・ケア導入から2週間で、コーティング・ケア24台。クリスタルキーパー25台。ピュアキーパー(リピートも含む)55台の施工をしました。

新車を購入後、年数も経ち新車時のツヤを諦めていたお客様でしたが、仕上がったキレイな車を見て大満足されています。

12月に向け、ドライブスルー洗車の需要も大きく上がります。そこでコーティング・ケアを会話の入り口としての声掛けをすることで、大きなチャンスが生まれそうです。



Dr.Drive小牧原店のマニュアル

- ①ドライブスルー洗車のご利用のお客様が拭上げを行っている際に拭上げを手伝う
「窓だけ乾きやすいので拭いておきますね」一緒に拭上げをしているので、お客様と会話も弾む。
- ②「お客様、車を購入された時に、コーティング施工はされましたか？」コーティング施工の有無の確認
- ③コーティング・ケアのケミカル(缶)をお見せする
- ④車の一部施工(必ず何かしらの不満を持っている)
- ⑤【新車購入から1年～3年】(コーティング施工車)
→「コーティング・ケア」をおすすめする
【新車購入3年以上】(コーティング未施工)
→「クリスタルキーパー・ピュアキーパー」をおすすめする
- ⑥自信を持って「私に施工させてください」
- ⑦施工

コーティング・ケアは泡洗車のもう一つ上

お客様の悩みをその場で解決。短時間でキレイになるからお客様も喜んでいきます！

興味あるたくさんのお客様に「お知らせ」をすることが肝心

ただ商品を持っているだけでは伝わらず、販売できないということに気付いたので行動を変えました。POPを使って洗車のお客様に紹介してみたところ、これがヒット。ひと月で24台の施工につながりました。

キーパーコーティングのお客様が、「コーティング・ケア」に流れないか…

コーティングしているお客様にコーティング・ケアを販売していくことで、キーパーコーティングが減ってしまうのではないかと懸念が浮かびました。また同時に、新車へのキーパーコーティングのPR力が、逆に弱くなってしまわないかという不安もありました。

クリスタルキーパーの受注にもつながった

「コーティングをしてあるお客様」に対して、切り返しのトークができるというスタッフのバックボーンは大きかったです。受注が決まる前の会話では、「キレイにしたい箇所」や「どんなコーティングをしているんですか？」という事を聞き、意外だったのは「コーティングしてあるよ。」というお客様の「コーティング」が指すのは、「洗車機のコーティング」も含まれていることです。以前とは違い、そんな方とも会話が膨らみ、クリスタルキーパーに繋がるようになりました。

洗車の「上」の商品 メンテナンスとの違いを知っておく

コーティング・ケアは泡洗車のもう一つ上のようなイメージ。

コーティングしてあると言われてもお客様との接点が作れます。その後、ダイヤモンドキーパーをかけてくれるようになったら本当に勝ちだと思います。メンテナンスキットを持ってきて「これでやって」と言われることもありましたが、キチンと応えるには、お客様からしての「メンテナンスキットとの違い」を、まずは販売する側が知っている必要があると思います。SSは身近な存在。キレイで「任せられるSS」と思ってもらえることが、今後のキーワードになっていくはずですよ。(ワンダフルセルフ湊 廣田所長)



お客様の悩みを聞くだけでなく、「その場で解決」できるように

ご来店いただいた後、車の一部分を洗ってみてボディチェックをしています。「気になる汚れはありますか？」など「聞く受注」を大切にするためです。コーティングをしてあるお客様の気になる汚れを聞くだけでなく「その場で解決」するのが、コーティング・ケアなんだと思います。

キレイさが自信につながり、 25台施工

キーパーコーティングを施工せず、洗車だけの来店は4割程度。そのお客様は、すでにコーティングがかかっている車に乗っています。自信になったのは、「お客様の車」を実際に施工して自分自身がキレイさに驚いたこと。そのあとか

らは「ツヤ、出したくないですか？」や「水をはじかせたいと思いませんか？」と聞くと、意外とあっさり受注につながるので驚いています。

ドアノブの筋汚れなど、キレイに取れるから良いですね。短時間でできるからお客様も喜んでいきます。25台施工することができました。



メンテナンスキットを使ってない方へ 今後の展開を考えたい 給油客へのアプローチを考えている

洗車に来たご来店以外の「給油客」の中に、すでにカーコーティングを済ませている方はたくさんいます。ここをものにできる活動をしていきたいですね。

必要なのはキーパーコーティングからコーティング・ケア、洗車まで載っているカタログや一覧表だと思います。これを持ってお客様とのコミュニケーションを図り、12月のキーパー選手権にもつなげていきたいなと思っています。(手洗い洗車専門店「技」 南所長)