

洗車はその場で車をキレイにするもの。  
だから、雪が降ると洗車は減る。  
クリスタルキーパーは車を守るもの。  
だから、雪が降ったらご案内すればかえって増える。

#### 登録の8店舗すべてが20位に入る

株式会社弘善商会さんは昨年12月に行われた第9回キーパー選手権の北海道・東北ブロックで、1位、2位をはじめ上位10位の中に6店舗までが入り、株式会社弘善商会さんのキーパープロショップに登録の8店舗すべてが上位20位の中に入るという快挙を遂げられました。

株式会社弘善商会さんは、雪の中、トップの和徳新道SSの382ポイント、土手町の375ポイントをはじめ、暖かい地域でも上位に入るほどの軒並み高得点で入賞されたのです。



株式会社弘善商会幹部の皆様。左から坂野泉副社長、越田部長、鈴木副課長、そして齋藤徳親社長

〈齋藤徳親社長と坂野泉副社長からお聞きした話より〉

#### 11月、いつもより早く雪が降り始め、12月以前の街は冬景色

昨年11月からいつもより早く雪が降り始め、12月にはもう一面に雪が積もった。だから、冬タイヤへの交換作業が11月に集中して入り、12月の早い時期からコーティングの作業に入ることができたのは幸運だった。

#### ご案内「雪のシーズンになります。お車を守るためにぜひキーパーコーティングを。」

雪が降ってきたら洗車はほとんどなくなってしまいます。しかしカーコーティングは「お車を守るためのもの」。洗車とは違うカテゴリーの商品であるという商品知識の教育を徹底している。だから雪が降って洗車が減っても、クリスタルキーパーも売れなくなることはスタッフ全員、誰も思っていない。雪が降ってきたからこそ、車を守る準備するのが当然なのだ。



#### 4月、8月、12月、メリハリをつけてキャンペーンを

株式会社弘善商会さんはどの店舗でもお客様との「会話」を非常に大切にしている。だから、お客様がいつ行ってもスタッフとお話をするので、年がら年中「あれがお勧めです。これを買ってください」と何でもかんでもやると、「あの店は、売り込みがうるさい」とかえって評判を落としてしまうこともある。だから商品を決めて1年に3回。4月・8月・12月にメリハリをつけたキャンペーンをやる。

#### ここまでやってもらって売れないわけがない

その時には新聞の折込みもするし、地域のTVコマercialも、季節に応じて内容を変えて打つ。そのキャンペーンを地域新聞まで取り上げてくれるくらいだ。店舗スタッフも会社からここまで応援されたら売れないという言い訳は何もできない。

#### なによりも技術重視、仕上がりを重視、品質重視

商品は品質が一番。そのために徹底した商品知識の勉強と技術研修を常に実施する。仕上がりが良ければリピートもしていただけるし、口コミも広がる。品質がお客様の感動、お褒めの言葉、感謝の言葉となり、スタッフの自信につながる。

何よりも品質重視、技術重視、仕上がりを重視。決して手を抜かない。決して余分なことをしない。基本技術を忠実にキチンとやる。それに尽きる。



#### キチンとしてこそ口コミもリピートも大きい

齋藤社長のご友人が社長の勧めでダイヤモンドキーパーを店舗で施工された。施工後、黒光りするツヤが出たのに驚かれ、ご自分の友達に「あれは、いいよ〜」と宣伝され、もう6台くらい施工された。この商品は「口コミ」が実に大きいことを実感している。青森県は平均所得が決して高いほうではない。しかし、だから高額商品は売れないとは考えない。むしろ車が一番の身近な財産とも言えるので、大切にすることが多い。公共交通機関が乏しい地域では車は必需品であり大切な存在なのだ。だからこそお車をしっかりと守るコーティングが売れるし、だからこそ間違いのないキチンとした品質を提供すれば口コミもリピートも大きい。みんなお客様の大切な財産を守る使命感を持っている。

#### セールストークやマニュアルではダメ。会話が一番大切

これはコーティングなどに限らずどんな商品にでも言えること。売ろうとして、決まったセールストークやマニュアルの言葉を並べても売れない。確かな商品知識をもち、お客様に合わせた「会話」の中で、お客様の興味を引き出し、お客様の信頼を得て、初めて「売れる」ものだ。技術はマニュアルが大切だが、会話にセールストークもマニュアルも存在しない。

#### 現会長の一言から始まった

現会長が社長でいらっした時、会社としてキーパーコーティングを進めるかどうか社内で議論になった。みんなの「こんな高い商品が弘前で売れるのだろうか」という懸念に、「お客様が本当に喜ぶのなら、とにかく、やれ。」の一言で懸念が吹っ飛び、全力でキーパーコーティングに取り掛かった歴史がある。

〈北海道・東北ブロック1位の和徳新道SS丹藤店長より〉

#### 雪の中で、クリスタルキーパーをかけていても、誰も不思議に思わなかった。

雪が降っている最中、連続洗車機はほとんど稼働しない時にクリスタルキーパーをバンバン施工していた。連続洗車機のトンネルの中が雪がつかなくて、ちょうどコーティングブースのように見えたのか、誰が始めてともなく、連続洗車機の中でクリスタルキーパーをかける姿があった。それを誰も不思議な光景とは思わなかった。



和徳新道SS丹藤店長



写真左の連続洗車機トンネルが雪のコーティングブースに

## KeepPer LABO キーパーラボ進化論 Vol.5

～「お会計」から「お引渡し」へ～

「洗車屋快洗隊」ではご来店されたお客様が、作業を終え、お帰りになられるまで動きを大別すると、

①受入れ→ ②受付→ ③作業→ ④お会計  
という流れになります。

「洗車屋」では、このような運営スタイルを取り、たくさんのご来店を受入れ、効率良くお車をキレイにしていく仕組みでした。お会計時に「なにか気になる点はございますか?」とお客様にお尋ねし、OKであればお会計をしてお客様にお帰りいただいていた。

一方、「コーティング中心の専門店キーパーラボ」では、  
①受入れ→ ②会話→ ③受注→ ④作業→  
⑤お引渡し→ ⑥お会計  
という順番になります。

店内カウンターなどで会話をし、時にはお客様のお車と一緒に見ながら、お客様が求めているキレイをしっかりと受け止め、付加価値の高いコーティングを受注提供していきます。

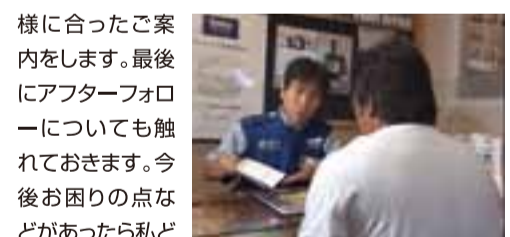
単にコーティングを施工すればOKではなく、プロとしての責任を持って、お客様にご満足いただける商品を提供できるように努めます。

そして作業終了後、まず仕上がったお車をお客様に確認していただきます。

この時、塗装の状態やコーティングの特性等を簡単にお伝えしながら、「お客様が求めているキレイを実現できているか」「ご満足いただける仕上がりの良かったか」をしっかりと聞き取ります。

万一ご納得いただけないことがあった時、お客様が話しやすい雰囲気を作るのも重要なポイントです。

その後、ゲストルーム内カウンターにて、コーティングの特徴や今後のお手入れ方法などをしっかりとお伝えします。駐車環境や気になる汚れはお客様それぞれで異なります。同じコーティングをしたからといって、マニュアルに沿った一辺倒の説明をするのではなく、ここでもお客様からたくさんのご質問を受け、そのお客



様に合ったご案内をします。最後にアフターフォローについても触れておきます。今後お困りの点などがあつたら私どもの店舗でしっかり対応できることをお伝えし、名刺をお渡しします。

ここまでをきっちり行った上でお会計をさせていただきます。

「またこのお店を利用したい」と思っていたくためには、コーティングの仕上がりはもちろんのこと、受注時の会話や引き渡し時の対話など、お客様とのコミュニケーションがとても大切なのです。