

日新商事(株) キーパープロショップ駒沢通り八雲

コーティングプロショップとして立ち上げが始まる

日新商事(株) キーパープロショップ駒沢通り八雲は、東京都目黒区の高級住宅地の生活道路に面したフルサービスのお店。手洗い洗車台数が多く、ポテンシャルは高い。井上マネージャーは取材訪問時、自ら店舗周辺の掃除をされていた。日課なのだそう。

今年4月、同店に赴任となり、これから洗車・コーティングを



軸とした店づくりを目指している。その一環としてこの7、8月に折込チラシを連続投下し、効果を上げた。

同じ地域に4回、計12万枚の折込を連続投下

7月末から8月末の土曜日(4日間)に各3万枚ずつ、全て同じ地域にチラシを投下。少し厚めの紙の二つ折タイプのチ



シで、割引を2段階に設定した。8月中はコーティング20%OFF、9月17日まで10%OFF。こうすることで保存性が高まり、効果が長続きする。結果、電話での問合せが7月に13件、8月に40件、9月21件、合計74件あった。施工台数は主にクリスタルキーパー。期間中、全コーティング施工台数137台中クリスタルキーパーが52台。8月前年対比151%で約200万円の洗車・コーティング収益となった。9月もコーティング台数は倍増しており、今までの洗車・コーティング収益のレベルが一つ上がった。

折込からWebへの訪問者数がアップ

井上マネージャーは「今まで単発で一度に8万枚の折込を行ったことがあるが、今回のような反応はなく、連続で同じ地域に折込むことは店舗の認知アップに有効だ」と言う。「こんなのできる?」「この汚れ(キズ)取れる?」「他のコーティングしているのだけど、困っていることがあるんだけど…」などお客様から相談を受けることが増えた。店舗がコーティングに特化した技術を持っていることが認知されはじめた証拠だ。

また、チラシを投下し、キーパーコーティングのWebサイトから駒沢通り八雲の店舗紹介を見る人も圧倒的に増えた。チラシや看板では他店との差別化は難しいが、Webサイトなら他店との比較ができるし、本気度もお客様に伝わる。ユーザーが知りたいことがしっかりと分かりやすく案内されており、店舗特有の「ご来店の流れ」や「周辺情報」「貸出自転車」の案内もある。もちろんフォトログも有効活用している。



<http://www.keepercoating.jp/proshop/00847.html>

負担のない顧客管理でリピーター確保

井上マネージャーはこれまでに配属された店で確実に実績を上げてきた。しかも井上マネージャーがいなくなった後も実績が落ちることはない。マンパワーに頼らず、継続できる仕組みを作り上げていくのだ。



リピーター確保のための販促活動もめかりない。クリスタルキーパー以上の施工を行う場合は施工前に「コーティング受付表」をお客様に記入してもらい、データ化して顧客管理をしている。これを使い、1年後の再施工案内DMを発行している。品質が良いことは当然で、負担がなく、しかししっかりと顧客を長くつかむための施策だ。

井上マネージャーは、SSでのカーケア販売の基本を「洗車」だと考えている。洗車がきちんとできると他の商品を販売するにあたって、みんなが丸となって活動できるようになる。また洗車は嘘がつかない商品だともいう。目に見える商品ゆえに、妥協や手を抜けばすぐに分かる。だからこそ、やりがいがあるのだ。

これから12月に向け、確実にステップアップし、コンスタントに洗車・コーティング売上300万円以上の収益が得られる体制を作っていく。



(左から)井上マネージャー、菊池さん、小林さん。みんなコーティング技術資格者

ツヤっと輝く! コーティングウーマン

Vol. 1

キーパープロショップやキーパー施工店でお客様の愛車を輝かせ、自分にも磨きをかける女性スタッフの頑張りをご紹介します。

豊通石油販売(株) セルフ小牧SS 利光 美貴さん



コーティング技術1級を取ったのは、2年くらい前。

当社では「洗車士制度」を設けていて、ステップアップしていくと、キーパーのコーティング技術資格も受けられるんです。コーティング技術1級と社内の洗車士1級、両方を取得した者が青いつなぎを着ることを許可されるんですが、ずっと青いつなぎを着たかったのですごく嬉しかったですよ!

青いつなぎを目指していた時の上司はとっても厳しい人でした。「私は誉められて伸びる子なんです」と言っても誉めるところか「おまえは『子』じゃない!」って。突っ込むところ、そこかい!みたいな(笑)。合格した時も「俺の下で働いてるんだから当たり前だ!」って。でも今はその厳しさがあつたからこそ頑張れたと思っています。誉めら

れて伸びる「子」じゃないことにも気づきましたし(笑)。

女性ならではの気配り…。ないんですよ(笑)。基本に忠実に、ぬかりなく施工することを大切にしています。でもお客様は女性スタッフだと話しやすいみたいです。お客様と話す時は、固くなりすぎず、くだけすぎず。このバランスは女性の方が長けているかもしれませんね。お客様との距離をはかりながら親しくなっていくと、声をかけてくださったり、「りんご食べる?」なんて差し入れをいただいたりします。そんなお客様との何気ない会話やふれあいがやりがいです。

この店は去年10月にキーパープロショップになったばかり。じわじわとキーパーコーティングを広めてます!最近Webを見てご来店される方が多いので、フォトログ

をこまめに投稿するようにしています。お客様の車の写真を撮らせていただきアップすると、「載ってたよ、ありがとう!」と声をかけていただけます。キーパーコーティングをアピールするだけでなく、お客様との会話の話題にもなりますね。

今、クリスタルキーパーが一番人気です。まめに洗車されるお客様が「1年に1回キレイにしとくのもいいよね」とはじめたり、ピュアキーパーを気に入っていただけているお客様が「ガラスならもっとキレイになるかな」とクリスタルキーパーに乗り換えられたりしています。

家事と仕事の両立は大変ですけど、職場の人たちが協力的なので本当に助かっています。洗車やコーティングは体力勝負なので、いつまでできるかわからないけれど、体力が続く限りこの仕事をしていきたいです!