

「愛車・一新」の現場

お客様の「キレイ」マインドは、どのように変わったか？



新型コロナウイルス禍によって「鬱々としている空気を吹き飛ばしたい」、そう思い、KeePerコーティングを施工しているKeePer PRO SHOPやKeePer施工店において、主テーマを「愛車・一新」、副テーマを「ものすごく美しくなって惚れ直す」として企画を6月から実施しています。経済はコロナ禍で大きく痛めつけられています。そして先の見えない将来にも大きな不安があります。そのため、新車に買替えをする予定だったが、愛車を「あと1年乗ろう」「もう一回車検を受けよう」と切り替えた方が多くいらっしゃったようです。実際に、KeePer PRO SHOPの現場はどうだったのか。車をキレイにするマインドはどのように変化したのか。コロナ禍の中、「愛車・一新」企画を実施し、売上を上げているKeePer PRO SHOPにお話を伺いました。

ヤマヒロ(株) キーパープロショップ武蔵野店

「愛車・一新」のキャッチコピーは、今の現場にピッタリ!!
7月、コーティング・洗車の売上粗利約200万円!前年比232%!

ガソリン・洗車は減、コーティングは増加

衛生面でのコロナ対策としては、スタッフのマスク着用、とにかく店舗全体をキレイに、清潔に保つことを心がけ、お客様が触れる場所を定期的に消毒しました。

3、4月は来店台数が大幅に減りました。ガソリン3月98%、4月72%、5月72%、洗車は3月96%、4月73%、5月72%と似たような傾向でした。しかしこれに対して、コーティングは3、4月ともほぼ100%、5月が165%で、減ることはありませんでした。

売上面での対策としては、特に変わったことはしません。過去数年取り組んできたことにより、リピートのお客様が徐々に増えています。これに加え、新規のお客様も減っていないので、おかげさまで順調に伸びています。スケジュール管理を徹底してお断りを減らすように努めました。また、4月から配属された新人スタッフを育成し、受け入れ態勢を整えました。

今乗っている車をいつもキレイにしたい

コーティングメニューは、洗車からクリスタルキーパーに切替える方が多いです。3~5月のクリスタル58件中29件、50%が洗車からの切替えです。選ぶ方は登録から5年目以降の方が増え、「今乗っている車をもう少し長く乗るから」という声をよく聞きました。

手洗い洗車をされるお客様は、細かな部分までキレイにすることができる、プレミアム洗車を選ぶ方が増えました。3つの洗車コースのメニューパウチを活用するようになったためです。「B」のプレミアム手洗い洗車を選ぶ方は、特にホイール回りをキレイにしたいと思っている方が多いように思います。外車を施工することが多いです。

お客様が身近にある車をいつもきれいにしたいという需要が大変高まっています。それこそ、愛車・一新!がピッタリ来ています。



(左から)田村沙織さん、青山伸幸さん、鎌田広人さん

いつも清潔にしたいという意識の変化

最近、お客様の方が車をキレイにすることへの考え方が変わったと感じています。例えば「車に除菌スプレーを載せてこまめに拭き掃除をするようになった」というお客様もいます。また施工後に「除菌もしておきました」と伝えると「そこまでやってくれると安心ですね」とも言われます。お客様も車に人を乗せた後に除菌スプレーで拭いたりしている人も多いようです。たまにはではなく「いつも清潔にきれいにしたい」という意識が高まっているのではないかと思います。また、電車通勤から車通勤に変わったとか、前より車を使うことが増えたという方もたくさんいました。

(株)東日本宇佐美 上信越支店 8号上越西給油所

「愛車・一新!」のイメージが冬場の汚れのリフレッシュと合致
2020年5~6月の平均で、前年比130%以上の高実績!!

燃料油の出荷は落ち込んだがカーケア実績は上向きとなった

新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受け、燃料油の出荷量は、前年比で20%ほど落ち込んでいます。しかし、カーケアの実績は、むしろ上を向いています。要因として、コロナ禍においては、人との接触を少なくできるセルフ形態の方が利用しやすく、フルサービスの店舗に比べ来店台数の落ち込みが少ないからだと考えられます。特にドライブスルー洗車機は前年比で130%以上の利用台数となっています。



(左から)齊藤エリア長、太田さん、内田副店長

この時期がチャンス! 『1年に1回の大掃除』

上越西SSでは、ドライブスルー洗車を利用されるお客様に対して、告知活動、アプローチをしています。特に新潟という地域柄、冬場の汚れ(鉄粉サビ、ボディの黄ばみ汚れなど)がひどく、洗車だけでは落ち切れないため、「これらの汚れが、スパッとキレイにできます!」と、「1年に1回の大掃除」という感覚で、お客様に提案をした結果、ビューキーパー、クリスタルキーパーの施工につながりました。

この地域独特のニーズに、「愛車・一新」のテーマはピッタリだと感じています。「リフレッシュ」というイメージを連想でき、お客様のコーティング施工の動機となっています。

ドライブスルー洗車機に需要あり

また、高実績を生み出しているもう一つの要因として、全



スタッフがお客様との会話を大切にしていることがポイントです。あいさつ→日常会話→お客様からの相談→お見積りの提出につながっています。

とにかくお客様に喜んでもらえることがスタッフのモチベーションとなっています。ブースで施工がいつもされている様子を見たお客様からの問合せも多くあります。

今後は、ドライブスルーの需要の大きさを感じているため、ここをアプローチの機会として、積極的に活かしていくことと、技術力のさらなる向上と合わせて、コーティングブースをフルに活用し、高価格帯のダイヤモンドキーパーシリーズの施工台数アップ、新しい顧客の開拓に取り組んでいきたいです。

「愛車を清潔に、キレイに、長く乗りたい」というニーズが高まり、かつ、今までは電車やバスなどでの移動から、三密を避けるためにも、マイカー利用をする人が格段に多くなってきているようです。車に乗るんだったらキレイに乗りたいたいという日本人特有の美的感覚がコーティングマインドを高めているのかもしれない。しばらく海外旅行も行けそうにないため、旅行も電車や飛行機ではなく、愛車で行く機会が増えるはず。この「愛車・一新」企画におけるリフレッシュ需要はしばらく続きそうです。

「愛車・一新」企画まだまだ実施中!!

クリスタルキーパー施工店に下記のツールを無料提供します。KeePer技研または代理店にご連絡ください。

1 クリスタルキーパー 横断幕
または
スクリーンシート ... どちらか 1枚

※有料で横断幕、スクリーンシートの両方ともご注文いただけます。



2 B5手配りチラシ
... 500枚

※追加は、1ロット500枚から有料にてご注文いただけます。

