

車検&コーティングで収益アップ大作戦!!

Part 1 車検の見積りにコーティング項目を追加し、付帯利益を得る

★小浦石油(株)【大阪府】

“お客様に分かりやすいように”

小浦石油(株) 中環東大阪車検センターさんは、セルフSSとコンビニエンスストアを併設した指定工場。月間約100台の車検実績に加え、クリスタルキーパーを中心としたキーパーコーティングを30台以上、車検と同時にお客様へ提供をしている店舗です。車検にしても、点検・整備にしても、洗車・コーティングにしても、そのすべてに“お客様に分かりやすいように”を常に意識して、行動されています。



まずは車検の見積りから

お客様へはまず、車検告知用チラシを使い、車検の内容の説明を行います。その後、独自の特典(①オイル交換無料 ②ドライブスルー撥水洗車無料 ③早期予約特典 ④初回車検割引)の説明を行い、車検の見積書を完成させます。その上で『当社は車検の指定工場とコーティングプロショップ“キーパープロショップ”を併設しています。車検の事前点検と同時に車の塗装状態も確認してみました』という話し出しで、車検時用のコーティングメニュー表を使いコーティングの提案を行います。『車検を受ける=あと2年間車に乗る』ということをご想定し、車の安全とともに車をキレイにすることをすすめています。



興味のある方へは、コーティングを車検の見積りに入れる

車検の見積書にコーティングが項目として設定されており、コーティングに興味を示された方へは、見積書に商品名と金額の記載をします。



車検当日の接客は分業制

予約をされ、当日来店をされたお客様にまず接するのは、車検のプロ『検査員』。実施する車検内容などを、しっかりとお客様に分かりやすく説明し、確認作業を行います(その際、オプションとしてアラカルト商品の『ヘッドライトクリーン』を点検・整備の一環として提案されています)。

車検の説明と確認作業が終わると、次はコーティングのプロ『コーティング技術1級資格者』の出番。『本日、洗車・コーティングを担当させていただきます〇〇です』と自己紹介をして、洗車・コーティングメニューをしっかりとお客様に分かりやすく説明とご提案を行います。今の一番人気はやはりクリスタルキーパー。とりあえずキレイにしたい人はピュアキーパーを選択されるそうです。

また洗車・コーティングなど外装にはあまり興味がなくとも、除菌・抗菌やルームクリーニングなど車内をキレイにする商品は、ファミリー層を中心として、オプションで追加されることが多いそうです。



受け渡し時は洗車・コーティングの仕上がり確認から

車検と洗車・コーティング作業の終了後、お客様へ車を受け渡す時は、まず通常の洗車・コーティング作業と同様に『仕上げ確認』から行います。その後、店内にて施工証明書の説明、車検実施内容の報告という流れを取っています。

仕上がり感の分かる洗車・コーティングから確認をしていただくことにより、お客様の満足感をあげることができるのです。それが評判となり、現在では車検のお問合せは自社のWebサイトに次いで、お客様からの紹介、口コミが多くなっています。

車検総台数3割にコーティングを提供。お客様へ満足

車検総台数の3割程度にコーティングと一緒に提供できており、付帯収益としては、大きな収益源となっているといえます。

なかなか車検単体での収益が取りづらくなっている現在。「今後は車の進化により、今よりもっと故障箇所や交換部品が減っていくことが予測されているなか、何か一つでもお客様のニーズに合う商品でご提案できるものが欲しい。それには、コーティングがとても有効だと感じています」と福島センター長。「何よりお客様に喜んでいただけるのが嬉しい」と笑顔で語っていただきました。



Part 2 車を預かる日に「当たり前」提案することで、2割のお客様がコーティング施工

★鈴木自工(株)【東京都】

車検ショップのキーパープロショップ

東京都江戸川区の「車検のコバック」に加盟している鈴木自工(株)さんは歴史ある会社で、自動車整備工場を5店舗、受付店舗を5店舗、計10店舗運営しており、車検を多く販売している会社。別に車販(新車・中古車)や洗車・コーティングも販売し、実績を上げています。その中の一店舗、江戸川店は昨年の10月からキーパープロショップに登録、12月の第9回キーパー選手権で関東・甲信越ブロック13位の実績を出したお店。これからもっと伸びる可能性があるお店です。



コーティングの案内は入庫時に

車検の受注(見積り)はカウンターで実施。この時にコーティングの案内はしません。車検は受注をすると、多くは預かる日を決め予約し、その予約日に整備されます。コーティングの案内は車を預かる日に行います。「本日お車を預かせていただきます。当店ではこちらのメニューを取り扱っています。ピッカピッカになります。いかがでしょうか?」とメニューに手を添えて案内します。女性パートスタッフさんが「当たり前」に「気軽に」「すべてのお客様に」案内しています。車検は必要に迫られて購入する商品のため、受注時にコーティングを案内すると高い車検と勘違いされることがあります。預かる日に当たり前のように確認することで車検販売台数の2割以上のお客様がコーティングを施工されます。



全店を統括されている小田スーパーバイザー(写真右)

手洗い洗車・コーティングビジネスを普段から

江戸川店は、車検のお客様にコーティングだけではなく洗車500円などのサービスも提供し、お客様が洗車だけでも来店して、店舗を利用いただける環境を作っています。平月でも300台以上の洗車のお客様がいらっしゃいます。その中からコーティングを施工していただくことも多々あるのです。洗車サービスの目的は車検の入庫促進活動です。車検実績が素晴らしいのもこのような活動があつてこそなのです。



磨きからコーティングへ

キーパーコーティングに出会う前は、自前でポリマーコーティングをしていました。しかしながら自社ブランドでの活動に限界を感じ、ブランド力(認知力)があることや販促品が充実しているキーパーコーティングを選

択したそうです。また以前は「磨き」に時間をかけていました。クリスタルキーパーを導入する際には、正直「磨きなし」でお客様が喜ぶかが心配だったそうです。しかしデモを見て、ケミカル力で艶が出てキレイになることを実感し、導入を決定。販売していく中で自信につながっていったそうです。また、論理的に素早く教えることができるため、今後他店に広げられるメリットも感じているとのこと。



カーディティエーリング部 藤井主任

もちろん引き渡しはキチンと実施

車検の引き渡しの際に、車検の作業内容の説明はもちろん、施工証明書を発行してコーティングの説明を行います。昔は磨いた部分について説明していましたが、今は一目瞭然でキレイになっているので「キレイになりました」と説明するだけで、十分だとも教えてくれました。

説明をキチンとするポリシー

「車検、車販、洗車・コーティングに限らず、すべてにおいてキチンと説明し伝えることが大事だと考えています。『説明をキチンとしよう』と会社全体で取り組んでいます。でもまだまだ足りないのです」とカーディティエーリング部の藤井主任はおっしゃっていました。

