

撥水洗車500円(ワンコイン)企画

【はじめに】

成功 SS の共通項は、「実績の上がるビジネスモデルを持っている」ことです。そのビジネスモデルとは、お客様に対して、1次商品(洗車)を販売してそれで終わりにするのではなく、2次商品(オプション)をご提案します。2次商品販売の目的は、「さらに良い洗車体験」「これまで以上の快適走行のお手伝い」をご提案することです。お客様は今まで知らなかった洗車を体験し、よろこび・満足され、われわれはさらなる収益アップに結びつくというWIN-WINの関係を築きます。1次商品(洗車)→2次商品(オプション)のご提案→3次商品(洗車券・プリカ)販売まで持って行き、洗車客を固定化する流れを作ります。お客様と良い関係を継続させていくモデルを自 SS に作るのです。

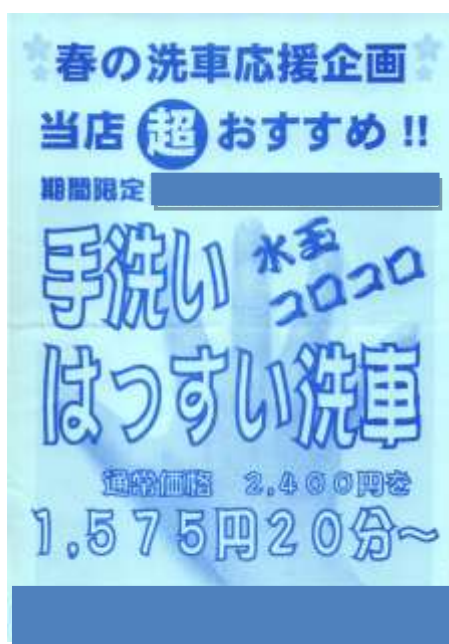
【目的】

- ① お客様の喜ぶ付加価値の高い洗車を実施し、台数アップを図る
- ② 2次商品(洗車券・洗車プリカ・水垢落とし)を販売しお客様の満足度を高め且つ固定化を図る

【企画 例】

「撥水洗車500円(ワンコイン)キャンペーンを1ヶ月間行う」

1ヶ月間撥水洗車をお試し価格の500円(ワンコイン)で実施する。告知チラシを給油客にもれなく配布。お値打ち価格を提示することで大勢の洗車体験客を作る。2次商品(洗車券・洗車プリカ)をご提案することにより、「更なるお客様の満足&固定化」と「われわれの収益アップ」を同時に図る。下チラシ例



今から
洗車券 洗車が 安くなる方法をお教えします！

《5千円洗車券》  販売価格 5,000円(税込)	BOXティッシュ 5 箱 プレゼント	ガソリン軽油満タンで 1L 10円引き (7月末日まで有効) 1枚 プレゼント
《1万円洗車券》  販売価格 10,000円(税込)	BOXティッシュ 10 箱 プレゼント	ガソリン軽油満タンで 1L 10円引き (7月末日まで有効) 3枚 プレゼント
《2万円洗車券》  販売価格 20,000円(税込)	BOXティッシュ 20 箱 プレゼント	ガソリン軽油満タンで 1L 10円引き (7月末日まで有効) 5枚 プレゼント

5月末日まで
洗車券をご購入の方に
ガソリン10円引き券を
プレゼントしています。
このチャンスに
ぜひどうぞ。

特典いろいろ！

①クレジットカードでも
お買い求め頂けます。

②一年間も使えます。

③どの店にも使えます。

【お客様の特典】

特典1、「撥水洗車500円(ワンコイン)」 例)通常1800円のところ500円。

特典2、「洗車券お求めのお客様にもれなく BOX ティッシュ5～20箱+ガソリン割引券1～5枚プレゼント」

※各社・各 SS で決定してください。

【流れ】

1,「撥水洗車500円チラシ」を来店客に配布し、声かけする。

2, 洗車の依頼を受ける。

3, 洗車券のおすすめをする。

※2次商品販売ノウハウを身につける。洗車券購入で向こう6か月の固定化になる。

【流れ詳細・目標設定】

1,「撥水洗車500円チラシ」を来店客に配布し、声かけする。

※チラシを来店客全員に配る。お客様に洗車の情報を与えることで洗車依頼が増える。

2, 洗車の注文を受ける。

門型洗車機 HIT 率は平均10%。、ドライブスルー洗車機は平均20%を目標の目安にする。

※但し、洗車は店によつての台数差が大きいいため現状を踏まえて目指す HIT 率を決める。

3, 洗車券のおすすめをする。

※必ず「おすすめシート」(上記写真例)を使って説明する。視覚に訴えることが大切。

洗車券・洗車プリカの合計 HIT 率は 約20%程度。

【トーク例とタイミング①洗車のお知らせ】

タイミング

フル:「灰皿清掃直後」 セルフ:「お客様計量器操作直前」または、「お客様給油中」

※セルフでお客様計量器操作直前に声をかける場合は「操作方法わかりますか？」を入れるとよい。

トーク

スタッフ (チラシをお客様の胸元に持っていき)「お客様、今月洗車祭り開催中で通常1800円の撥水洗車がワンコインの500円で出来ます。今ならスグ入れますが本日洗車はよろしいですか？」

お客様 イエスの場合

スタッフ 「ありがとうございます！それではお客様、貴重品を持って店内でお待ちください」

スタッフ 「ありがとうございます！それではお客様、給油が終わりましたら洗車機の方までお車の移動をお願い致します。」

お客様 ノーの場合

スタッフ 「そうですか。失礼しました。今月いっぱいやっていますのでまたお願い致します！」

買ってくれなくても大切なお客様です。元気に挨拶してください。

※重要点・・・スタッフは洗車の売り込みをやるのではなく、当店のお勧め洗車情報を教えてあげる。また洗車の必要はないか聞くだけ、これに徹すること。

【トーク例とタイミング②洗車券のおすすめ】

タイミング

「洗車コース確認でセールスルームへ」「洗車ユニットにて」

トーク

スタッフ:「本日は洗車ありがとうございます！コースは撥水洗車の〇〇でよろしいですか？かしこまりました。ところでお客様、今日から洗車がお安くなる方法があるのですご存知ですか？お得な洗車券のお知らせです！当店の洗車券はお持ちですか？」

※答えはどうでもいいが、持っている場合はどの洗車券を持っているか必ず確認する。洗車券を持っているお客様には、「いつも洗車ありがとうございます」と必ず言う。洗車券所有者は「お得」を知っているので残高にもよりますが、継続購入のチャンスです。

「そうですか、当店の洗車券は3千円と5千円の2種類がございまして、3千円券ですと1千円お得が付いて4千円分、5千円券ですと2000円お得が付いて7000円分洗えて大変お得になっています。」

※ラミネートを見せながら、指でさし説明する。

(洗車券のパウチを見せながら)この洗車券は50冊限りの販売になっており、ます。是非この機会に一冊いかがですか？」(迷っているようなら)当店で洗車をやってくださった皆さん購入されています。

【重要ポイント】

- 1, 「チラシ配布率・タイミング」 ※フル配布率80%、セルフ配布率60%。
- 2, 「店頭演出」 ※巻末参照。
- 3, 「2次商品の販売」 ※特に重要な考え方。成功 SS の共通点でもある。

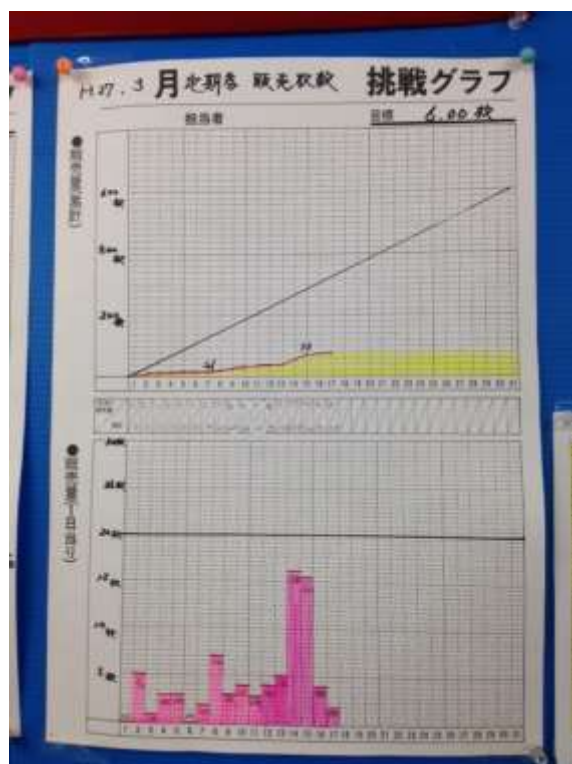
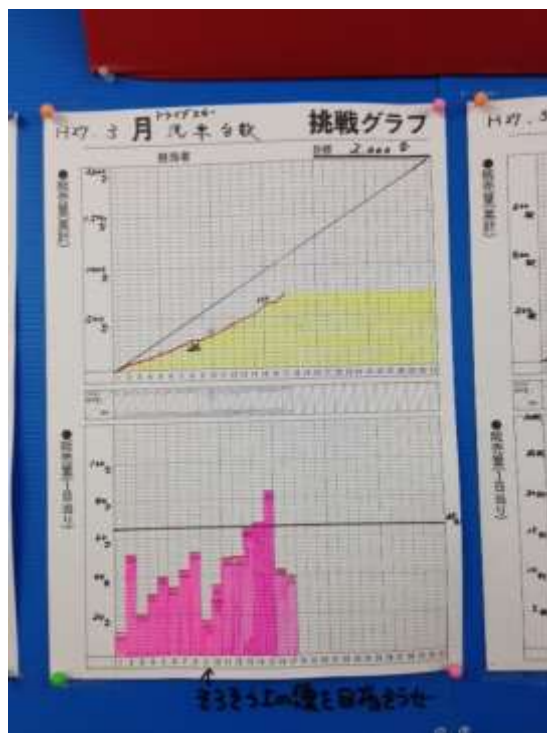
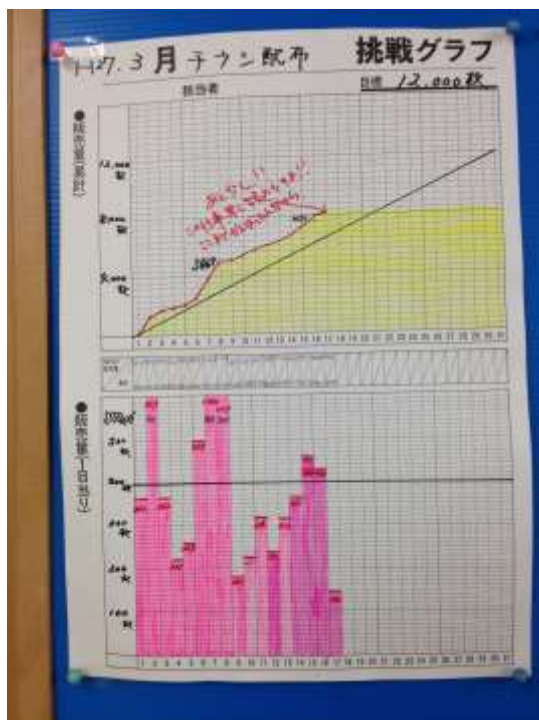
楽しく活動するためのポイント

- 1, 「もらってくれなかった箱」の設置。



- 2, 目標の設定。グラフ貼り。見える化！





3, SS 別、チーム別、個人別対決ゲーム。

【大成功するためのポイント】

- 1, 素直にやってみる。
- 2, ルールを決める。
- 3, 目標を決める。
- 4, スタッフミーティングを行う。
- 5, 日々実績を確認する。

6, 2次商品を必ずお勧めする。

【実績アップ策】

- 1, メール・ライン会員に「ワンコイン企画内容」発信。
- 2, 従業員全員ゼッケンを着けて洗車を促す。
- 3, 雨の日は1次商品を「洗車券販売」に切り替えることも OK
- 3, 洗車券を断られた場合の切り返しトークを考えておく。



ワークシート

自分のお店の企画

1次洗車

2次商品

3次商品

1次洗車声かけトークとタイミング

2次商品のトークとタイミング

3次商品のトークとタイミング

目標

1次洗車 台数・金額

2次商品 台数・金額

3次商品 台数・金額

どっちの洗車ショー企画

目的

洗車で地域一番の信頼を獲得する

目標

- 1, 当店の洗車内容をお客様に知って頂く
 - 2, 洗車客をリピーター(ファン)にする
 - 3, 洗車を通常月の2倍～3倍の実績を出す
 - 4, オプション洗車や洗車券などの2次商品をオススメする習慣をつける
- ※オプション洗車・・・水垢取り、サビ取り、ポリマー、室内清掃など。

企画

「どっちの洗車ショー！」

内容は、「安くて、早い洗車」と「当店一押しのしっかりきれいになる洗車」の2種類をチラシでお客様にお知らせする。SS 店頭で給油客にもれなく配布。(配布期間 / ～ / まで) 過去の実績より通常月の洗車販売台数の2～3倍のフィードバックがある。また、2次商品(洗車券や水垢取りなどのオプション洗車メニュー)を売ることにより更なる収益アップになる。

流れ

- 1, 「どっちの洗車ショーチラシ」を来店客に配布し、声かけする。
 - 2, 洗車の依頼を受ける。
 - 3, オプション洗車や洗車券のおすすめをする。
- ※2次商品販売ノウハウを身につける。

流れ詳細

- 1, 「どっちの洗車ショーチラシ」を来店客に配布し、声かけする。
※チラシを来店客全員に配る。お客様に洗車の情報を与えることで洗車依頼が増える。
- 2, 洗車の注文を受ける。
※フルサービス門型洗車機の場合 HIT 率は、総入店台数の10%～15%位。
※セルフサービスドライブスルー洗車の場合 HIT 率は、総入店台数の15%～30%位。
- 3, オプション洗車や洗車券のおすすめをする。
※必ず「おすすめシート」を使って説明する。視覚に訴えることが大切。
HIT 率は平均 15～20%位。

トーク例とタイミング①洗車のお知らせ

タイミング フル:「灰皿清掃直後」 セルフ:「お客様計量器操作直前」または、「お客様給油中」

※セルフでお客様計量器操作直前に声をかける場合は「操作方法わかりますか?」を入れるとよい。

※フル・セルフ共に「いつもありがとうございます!」「今日はいいいお天気ですね」などひと言入れるとさらに良い。

トーク スタッフ「お客様、こちら当店お勧めの洗車メニューです。どうぞ!」

と言いながらチラシをお客様の胸元に持っていく。

スタッフ「当店、シャンプー洗車 500 円からありますが、本日洗車はよろしいですか?」

お客様 イエスの場合

スタッフ「ありがとうございます! それではお客様、店内でお待ちください」

お客様 ノーの場合

スタッフ「はい! それではまたお願い致します!!」

買ってくれなくても大切なお客様です。元気に挨拶してください。

※重要点・・・スタッフは洗車の売り込みをやるのではなく、当店のお勧め洗車情報を教えてあげる。また洗車の必要はないか聞くだけ、これに徹すること。

トーク例とタイミング②オプション洗車・洗車券のおすすめ

タイミング

「お客さんが席に着いている時」

オプションメニュー編

(タイミング) 洗車の途中にうかがう。

スタッフ 「お客様、今洗車を行っているのですが、落ちきれない汚れがあるので一緒に確認いただけますか? (洗車エリアに呼ぶ)こちらが落ちきれない汚れです(ボディの水垢部分を指し示す)。こちらは本日お客様が選んでくださった洗車コースの溶剤がついたスポンジです。(ボディを拭く・汚れを落としてみる)落ちませんよね。それからこちらが特殊な溶剤のついたスポンジですが、こちらを試すと(ボディを拭く・汚れが落ちる)いかがですが、落ちましたよね。この汚れは「水垢」といって通常の溶剤では落ちません。この特別な溶剤「水垢落し」で施工するとキレイになります。せっかくなのでこの機会に「水垢落し」をお勧めいたしますがいかがなさいますか?」※と言いながらオプションメニューをお客様の胸元に持っていく。

洗車チケット編

(タイミング) お客様がセールスルームで待っている時に、話しかける。

(手にはお勧めシートを持って!)

スタッフ 「お客様、いつも洗車はどちらでやっていますか?」

(自分でやっているのか、他の SS に頼んでいるのか、コイン洗車場でやっているのか?などを聞く)

お客様「〇〇〇だよ」 ※この場合答えはいつでもよい。

スタッフ 「そうですか。ところでお客様、当店で洗車が安くなる方法ご存知ですか?こちらをご覧ください」

※と言いながら洗車券おすすめシートをお客様の胸元に持っていく。

スタッフ 「5000円券で6000円分、1万円券で12500円分、2万円券で26000円分洗えます。

絶対お得です！この機会にいかがでしょうか？」

※重要点・・・お客様は「お得情報」を知りたがっています。買っていただけるかどうかはわかりませんが、必ず教えてあげてください。洗車券は多くの SS で購入いただいている商品です。この場合も「みなさん購入されていますよ」という気持ちでのぞむと良く取れます。

トーク例とタイミング その他

基本的に強い売り込みは行わないが、お客さんを**動機付け**することは大切。

動機付け(おすすめ)トーク

1、バイクやトラックでもマイカーを持っている人は多いです。必ずチラシを配ってください。

2、余裕のある時間帯には、通常トークプラス

「今ならお待たせしないで作業ができますがいかがですか？」と言う。

3、平日午後6時以降は受注率が高いため、通常トークプラス

「よろしければ今洗車されませんか？」と声をかけてみる。

※お客様は情報を多く知れば知るほど購入する傾向があります。つまり、通常の「お得情報」プラス「今ならスグできる！」という情報を与えることで購入比率がグッと高まります。みなさんで更に良いトークを考えてみてください。

重要ポイント

1、「チラシ配布率・タイミング」 ※配布率フル80%セルフ 60%以上。 灰皿清掃後。

2、「店頭演出」 ※「店頭演出事例集」参照。

3、「2次商品の販売」 ※特に重要な考え方。成功 SS の共通点でもある。

楽しく活動するためのポイント

1、「チラシもらってくれなかった箱」の設置。



2、目標の設定。月の目標、日々の目標。トーク例貼りだし。



洗車目標 今月 なんとし
変更報告 洗車 洗い
洗車台数 320台
↓
480台
1日 20台以上
25台目標
達成しない為
お礼文書

どっちの洗車ショーを成功に導く準備のポイント

1, 制作物等の準備出来ているか？

- ☐どっちの洗車ショー（チラシ 1ヶ月分）
- ☐洗車券・プリカ（5千円券、1万円券、2万円券、他）
- ☐洗車メニュー（価格表。現在使用中のものでも可。）
- ☐洗車券お勧めシート
- ☐オプション洗車お勧めシート（パウチ加工）

2, 店頭演出(看板・のぼり等)に準備

「洗車 500 円 5 分」など一番安い価格訴求の看板を上げるのがお客様の目につきやすい

3, もらってくれなかったチラシ入れ

配布したがお客様がもらってくれなかったチラシは、「チラシもらってくれなかった箱」にいれること。元の場所に戻さない。もらってくれなくてもアプローチをした場合は「配布 1」とカウントする。「お客様にアプローチをする」という行動が大事ななのでそれを評価する意味で。空きダンボールで OK。

4, SS ミーティングを実施する。

キャンペーン開始前に必ず実施。社員だけでなく、アルバイトまで全員参加させること。ミーティングの実施日はキャンペーン前日が望ましい。1回のミーティングで全員参加が無理な場合は2～3回に分けて行う。時間は、経験値より1回60～90分程度みておくのがよい。基本的にマネージャーが司会進行すること。もちろんスタッフにも助けてもらう。

【SS ミーティング内容】

1, 「どっちの洗車ショー！」とはどんな企画なのかを説明する。

※どっちの洗車ショーのチラシ現物を1人1枚渡す。

※トラック・バイクにもこのチラシを渡すのか決めておく。

2, 何のためにこの企画を行うのかを説明する。

「洗車新規客を増やしたい。また、洗車台数を増やして油外収益の柱にしていきたい、等」

3, この企画を行うとスタッフの方、アルバイト君にどんなメリットがあるのか(どんな能力が身に付くかとか、報奨金がもらえるとか、達成してみんなで焼き肉行こう！とか・・・)を伝える。

「シンプルでお客様に伝わりやすいトークが身につく。企画がシッカリ伝わるのでお客様に喜ばれ結果が出やすい。2 次商品の販売力がつく等」

4, 目標「洗車金額、台数、洗車券枚数」を具体的に説明。

※なぜその数字を目指すのかも説明する。

5, チラシ配布のタイミング・トークの説明。

※この時もタイミングとトークを書いた紙を渡すこと。口頭だけでは絶対にダメ！

6, ロールプレイ模範演技(所長がスタッフ役、スタッフがお客様役)

7, ロールプレイ各人ペアになって練習。最低6回は行うこと。

8, 所長が卒業検定を行う。

合格基準:①はじめから終わりまでつかえることなく②聞きやすい大きな声で③わかりやすいゼスチャー

付きで出来ていれば OK。

※所長がお客さん役になって「これなら合格」と思えるまで何度もやらせる。所長のこだわりが部下のレベルを決定する。

9, 最後に 1 人ひとり「頼むぞ！」と目を見て握手する。

チラシイメージ

どっちの洗車ショー! (2/29迄)

安い・早いを優先の方に!

早く安い!

水洗い洗車 (普通車) 800 円
(1BOX・RV車 1000 円)

しっかりキレイにして欲しい方に!

PIKA

ダブル撥水洗車 (普通車) 1200 円
(1BOX・RV車 1500 円)

作業内容

シャンプー洗車 + 拭き上げ + タイヤWAX + 安全点検

約10分

目標設定

ASS 例

1次:シャンプー拭き上げ付800円 VS 撥水拭き上げ付1700円

2次:洗車プリカ 4千円→5千円分洗える

目標:135KL 6500台×洗車 HIT10%=650台 650台×単価1100円 ≒700千円

650台×券・プリカ HIT15%=80枚 80枚×4千円=320千円 **1,000千円目標**

完全予約制コーティング企画

【目的】

- ① お得なコーティング及び洗車券を販売しお客様に喜んでいただく
- ② コーティング新規体験客を増やしリピーターを作る
- ③ 12月油外ギネスを作るベース(コーティングリピーター)を作る
- ④ 成功体験をして SS として自信をつける

【企画】

「完全予約制」でコーティングの割引販売を1ヶ月間行う

※割引率は 20～50%の間で打ち合わせの上設定する

※予約取りは前月準備出来次第からスタート。予約がいっぱいになるまで予約取りを行う

※作業期間:1ヶ月間

【企画詳細】

「キーパーなどコーティングの半額※ キャンペーン実施」

※割引する場合は必ず「予約」であること。予約なしのお客様は基本、定価で対応。例として、たまたま給油に来店し「今からやってくれ」との依頼は定価で対応する。予約に関して、お客様の都合は聞くが、自 SS で作業可能な日時を優先する。暇な日時に予約を入れるイメージ。

対象 給油客及び洗車・オイル・タイヤ・車検など作業客

【フロー】

- ①給油客・作業客へのチラシ配布→予約の獲得(予約台帳の記入・PC タブレットへのデータ入力)
- ②コーティング実施前のボディ診断→水垢などオプション及び室内清掃ご提案(2次販売)
- ③次回メンテナンスの予約取り

【結果を出すポイント】

活動前にどれだけの「予約」が取れるかがカギになる。そのために「見込み客」に電話フォローを行う。

前月20日頃を目安に「見込み客」に電話。見込み客例として以下を参照。

・過去コーティングを実施してくれたお客様 ・洗車券購入のお客様 ・過去車検をやってくれた方 ・過去車を購入してくれた方 ・オイル交換を実施してくれた方 ・タイヤ交換を実施してくれた方 ・タイヤ履き替えを実施してくれた方等々。

【TEL フォロー トーク】

こんにちは、エネオスのガソリンスタンド〇〇店の〇〇と申します。谷口様の携帯でよろしいですか。来月 5 月 1 日から 31 日までコーティング 20%引きキャンペーンを行います。以前当店でコーティングをやっていた

だいたお客様優先でご連絡させていただいております。こちらのお電話で予約を承りますが、本日ご予約されませんか？ YES:日程はいかがでしょうか。(平日か土日かを)何時にいらっしゃいますか(午前か午後か)それでは谷口様のご来店をお待ちしております。本日はありがとうございました。 NO:それでは予約が埋まってきていますので、ご興味あるようでしたらお早めにご連絡ください。本日はありがとうございました。

※確実に TEL フォローを行うポイント(約束しても行動しない SS に対しての施策)

①どんなお客様を対象に(上記の対象客など) ②誰が(マネがやるのか、サブマネか、洗車担当か、それとも全員でフォローするのか?これを決めないと「私ではない誰かがやるだろう」という無責任な状況になっていることが多い) ③いつまでに(期限を決めるのは行動するための鉄則)

【チラシイメージ】

メニュー	限定台数	割引率	車種・サイズ	通常価格	キャンペーン価格
ピュアキーパー	50台	50%	SS	¥3,780	¥1,890
			S	¥2,090	¥1,995
			M	¥4,200	¥2,100
			L	¥6,720	¥2,363
			LL	¥8,250	¥2,625
クリスタルキーパー	10台	30%	SS	¥1,890	¥1,323
			S	¥1,890	¥1,323
			M	¥1,890	¥1,323
			L	¥2,100	¥1,470
			LL	¥2,100	¥1,470
ダイヤのアクア	5台	30%	SS	¥12,240	¥8,568
			S	¥12,240	¥8,568
			M	¥12,240	¥8,568
			L	¥12,240	¥8,568
			LL	¥12,240	¥8,568

【声かけ例】

タイミング:フル灰皿清掃時 セルフお客様給油中または計量機操作前

トーク:「こちらをどうぞ! (チラシを胸元まで持っていきお渡しする) 今月洗車のお祭りを行っています。通常3780円のコーティングが、ご予約いただくと、半額の1890円で施工できます。最近コーティングはされましたか? 当店のコーティングは汚れを落とす・塗装を保護する・ツヤを出すの3つが一度に出来ます。お時間40分ほどでお車ピカピカになります。この機会に予約されませんか?」

お客様 NO の場合「それではお電話での予約も可能なのでその際はこちらまでご連絡お願い致します。

(予約システムを導入している SS は)こちらの QR コードからのご予約も可能です。ご確認ください」

お客様 YES の場合「それではご予約させていただきます。お日にちはいつがよろしいですか？お時間はいかがですか？こちらにお名前とご連絡先の記入をお願い致します。ご予約ありがとうございました」

※ご予約いただけたらスタッフは予約控えに日時を記入し、その半券をお客様にお渡しする。

※ポイントカードに半券をホチキスどめ(スキルパスの大型ポイントカードをやっている SS はそこに添付)

顧問先の予約券例

KeepPer コーティング予約カード			
お名前			
ご予約日	月	日	時間帯
コース		オプション	
ご連絡先			
備考			

※予約の場合の連絡日時

予約表: 日別 時間別 1時間に1台の予約 ※コースにより臨機応変に

ボディ診断～オプション販売(お車お預かり時)

トーク:ご予約の谷口様ですね。お待ちしております。当店は「作業報告書」を発行しておりますのでこちらにお名前・ご住所・ご連絡先をお書きいただけますか。その間にお車の確認をさせていただきます。(ボディ診断に行く)。(帰って来て)ご記入ありがとうございます。それでは今日のコーティング内容の確認をさせていただきます。本日ご予約いただいているのは、ピュアキーパーのコースです。こちらで施工させていただきますと思いますが、今おクルマを確認させていただいたところ、ボディに「水垢」が付いておりました。本日ご予約いただいているピュアキーパーだとこの「水垢」を取ることが出来ません。これを取るためには「水垢落とし」をやる必要がございます。(お客様: そうなの・・・)コーティングというのは例えていうとお車にサラップを巻くような薄い皮膜を作るイメージで、このまま「水垢落とし」をやらずにコーティングしますと、水垢をラップで巻いて保護するような状態になってしまいます。ですので、この機会に水垢落としをやられることをお勧めいたします。料金は000円お時間プラス〇〇分で施工できます。

ボディ診断～ランクアップトーク(お車お預かり時)

トーク:ご予約の谷口様ですね。お待ちしております。当店作業報告書を発行しておりますのでこちらにお名前・ご住所・ご連絡先をお書きいただけますか。その間にお車の確認をさせていただきます。(ボディ診断に行く)。(帰って来て)ご記入ありがとうございます。それでは今日のコーティング内容の確認をさせていただきます。本日ご予約いただいているのは、ピュアキーパーのコースです。ところでお客様コーティング4種類の話はお聞きになりましたか？(各コーティングの説明 「持ち期間」と「ツヤ」の違い等)。ところで、先程お車確認させていただいたのですが、お客様のお車の今の状況は、(鉄粉・水垢・キズ・フロントガラスの撥水状況の4点を説明)。ですので、この機会にこちらのコースをやられることをお勧めいたします。料金は000円お時間プラス〇〇分で施工できます。(または予約の取り直し、代車手配など)。

次回予約取りトーク(お車お引き渡し時)

トーク:「・・・本日はありがとうございました。それでは〇〇様、次回のメンテナンスの日程も決めておきま

せんか？3ヵ月に1回メンテナンスをお勧めしますので、それでいくと、本日は11月10日午後4時ですので、次回は3ヵ月後の2月11日午後4時ということでしょうか？あくまで「仮」予約ですのでお気軽にどうぞ。決めたからと言って必ずやらなければならないということはありません。ご予約いただいておりますとすぐに作業に入れますのでお客様がお待ちにならなくてすみます。施工日が近づいたらこちらからご連絡させていただきます。さらに、今お決めいただくと「予約割引」が適用されますので、ぜひ、お気軽にどうぞ。」

※予約を取ったらすぐにデータ入力。TEL フォローの準備。

洗車券販売トーク

「ところでお客様、本日から洗車が安くなる方法をご存知ですか？」

※答えはいつでもいいが、持っている場合はどの洗車券を持っているか必ず確認する。洗車券を持っているお客様には、「いつも洗車ありがとうございます」と必ず言う。洗車券所有者はチャンスです。購入率が上がります。

「そうですか、当店の洗車券は2万円、1万円、5千円の3種類がございまして、2万円券ですと26000円分、10000円券ですと12500円分、5000円券ですと6000円分洗えて大変お得になっています。さらに今なら、BOXティッシュがそれぞれ20箱、10箱、5箱ついているので、さらに大変お得になっています。」

※金額の高い順から説明する事。ラミネートを見せながら、指でさし説明する。

【活動プロセスとコーティング収益 例】

総入店台数4000台×80%(声掛け率)=3200台

声かけ台数3200台×3%(コーティング HIT 率)=120台

120台×(コーティング+アラカルト)単価5000円=600千円

120台×洗車券20%×単価8000円=192千円

600千円+192千円=792千円 ※この企画から、約800千円のコーティング関連収益が出せる。

※過去のデータから、洗車券1万円・5千円の販売がメインになっている為平均単価を8千円に設定

【必要ツール】

・コーティングおすすめチラシ・予約半券・予約表・各種洗車券・各種洗車券パウチ

6月1日~30日 完全予約制

高級コーティング洗車
クリスタルキーパー

CRYSTAL KeePer. 20%引き
例)SSサイズ ワゴンR・ムーヴ 16,300円
↓
13,040円

通常価格	イベント価格
SS ¥16,300	¥13,040
S ¥18,300	¥14,640
M ¥20,400	¥16,320
L ¥22,400	¥17,920
LL ¥26,500	¥21,200

予約ダイヤル

電話番号

住所・地図

その他チラシ

洗車機無料開放 企画

□目的

- ①低迷していた洗車台数を一気に増やす
- ②低迷していた洗車収益を一気に改善する
- ③洗車実施客を固定化する

□サブ目的

コーティングの「見込み客」を見つけ出す

□目標

「洗車台数目標」は基本、総入店台数の20%を目指す。但し、すでにその数を超えているSSは、30%、40%など、さらなる高みを目指す。「洗車金額目標」は洗車台数の20%に洗車プリカ(洗車券・定期券)をHIT目標に設定する。

□目標参考事例

- ・経験値よりこの企画は、「総入店台数の20%」の洗車台数になることが多い
- ・既に洗車実施率が高いSSは総入店台数の30%の洗車台数という事例もあり

例1) 関東I店1か月間平日のみ: 洗車台数3000台(20%)→洗車プリカ目標600枚(20%)

例2) 中部E店3日間: 総入店1221台→洗車台数351台(29%)→洗車プリカ目標50枚(14%)

例3) 九州C店3日間: 総入店524台→洗車台数266台(51%)→洗車プリカ目標52枚(20%)→
キーパーデモ160台(60%)→キーパー予約&実施33台(21%)

□企画概要

「洗車機無料開放！」 ※ドライブスルー洗車が適しています

指定期間に限り洗車機を無料開放する。

洗車体験客を最大限に増やす。基本はどのコースも無料にし、お店一押しのコースをお客様に勧める。無料洗車を行ったお客様に洗車プリカ(各SSの固定化ツール)をおすすめし一気に固定化まで持っていく。但し、中部E店は最高級のコースを100円で実施。九州C店は門型のためWAX洗車を無料とした。期間、コースはそのお店の状況によって決める。

※関東I店を「平日のみ」無料開放にしたのはこのSSの敷地が300坪程度でそれ程広くないところに土日祝は20KL/日近くまわるお店で、ここに土日祝、洗車無料開放にすると混雑で対応できなくなると予想し

たから。可能であれば1ヶ月間、土日祝も含め無料開放にしたかった。

□企画のポイント

①やるなら圧倒的に効果が期待でき、且つ、お客様の喜ぶことをやる

※中途半端な企画やわかりにくい企画はお客様に訴求しない

②洗車待ちのお客様が並ぶため導線(並ぶ場所・順番)を考えておく

③経験値より、お客様の待ち時間許容範囲は 60～90 分程度

※1台5分として、10台並んでいたら「1時間程度お待ちになりますが大丈夫ですか？」と伝える。また、「どれくらい時間がかかる？」という質問も多いので「1台5分」など自店の目安を知っておくと、「5台並んでいるので30分程度です」など比較的正確に伝えることが出来る。

□企画フロー(流れ)

①給油客に洗車機無料開放の声掛け

②給油後、導線に誘導する。順番に並んでもらう

③洗車実施

④洗車の感想を伺う

⑤洗車プリカ(固定化ツール)の販売

□トーク基本編

タイミング

「お客様がクルマから降りた時(セルフ操作前)」「お客様給油中」「灰皿声掛け後」

トーク

「こんにちは！いつもご給油ありがとうございます。お客様、本日洗車機無料開放中でお好きな洗車コースがどれでも無料です。洗っていかれますか？」

NO の場合

「それでは今月いっぱい(今日から3日間)は無料開放をやっていますのでぜひご利用ください！」

YES の場合

「それではお客様、ご給油が終わりましたらあちらにお並びください」※並ぶ場所を示す。

導線・洗車機にて

「お客様、本日はどの洗車コースでも無料なので当店一押しのプリズムコートをお試しになりませんか？」

※お店で一番おすすめのコース又は一番高いコースをおすすめする。意図は、その後もそのコースを購入していただきたいから。

洗車終了後

「お客様当店の洗車仕上がりはいかがですか？」(お客様の答えはいつでも良い。会話することが大事。)

「こちらご覧ください。当店の洗車が安くなるプリペイドカードです。3千円で5千円分洗えます。大変お得で皆さん購入されています。この機会にいかがでしょうか？」(お客様「もうよ」)「一枚でよろしいですか？複数枚購入いただけますがいかがいたしましょうか？」

※洗車プリカの「現物」や「告知物(洗車プリカチラシをパウチ加工したツール)」を見せながら。
※お客様が多く並んだ場合は並んでいる方に先に洗車プリカのおすすめをするとお互い良い。



某 SS 洗車担当の作った肩にかけられる洗車プリカおすすめメニュー。これを使って洗車機エリアでおすすめ。

□トーク応用編 コーティング獲得

タイミング

お客様の洗車拭き上げを一緒に手伝う「窓ガラスは私が拭きますね!」
そこで窓を拭きながら小傷を探す。小傷もしくはドアノブをデモンストレーション。
「お客様、ここに小傷が付いてますね、サービスの一環でこの傷消しときますね!」
作業実施「どうですか?」「ありがとう。きれいだね」
これが全体の方にかかるイメージなのですが、ご興味ございませんか。

(鈍い反応)

こちらにそのコーティングのチラシをございます。
よかったらご覧ください。ありがとうございます。

(良い反応)

この車見てください。施工展示車両を見せる。じょうろで水をかけこの撥水効果をみてください!
これぐらい綺麗になりますし、これぐらいの力があります。(すごいね)お客様のお車も1部施行してみましましょうか。ボンネットを施行する。施工結果を見せる。(あ!すごいね。きれいになったね)そうでしょう!ぜひこちらのコーティングされてみませんか?通常は割引しないんですが、本日ご予約いただくと10%引きで施工させていただきます。(そうか、じゃあ予約していこうかな)ありがとうございます。それではご予約させていただきますので店内へどうぞ!

□告知準備

- ①店頭演出 看板設置「洗車機無料開放中!」「本日、洗車無料!」など
- ②チラシ ※添付資料参照
- ③洗車プリカおすすめツール ※洗車プリカチラシをパウチ加工したものなど

□企画成功のポイント

- ①店頭看板やチラシなど告知類は特に事前に完成させておく
- ②声掛けのロールプレイを事前に行い、皆同じことが言えるようにしておく

- ③SSの洗車台数目標、洗車プリカ枚数目標、洗車金額目標を作る
- ④SS目標同様、個人別の洗車台数目標、洗車プリカ枚数目標、洗車金額目標を作る
- ⑤グラフを貼りだし毎日進捗を確認する
- ⑥「絶対成功させる！」と腹を決める

※経験値より、無料洗車のみで固定化できなかった人(洗車券未購入の人)も体験したことにより一部が固定化する。必ず一定数が次回以降も定期的にも買いに来てくれる。

チラシ例



謝恩企画

日頃のご愛顧に感謝！！

平日 洗車機 無料開放！

花粉も黄砂もきれいなサッパリ！
水玉コロコロ、ボディはツヤツヤ！

いつも当店をご利用いただきまして、誠にありがとうございます。
お蔭様でこのSSもリニューアル後、
4年が経過いたしました。日頃の
感謝の気持ちで、平日限定ですが
この3月、セルフ洗車機を無料で
ご利用してください。
全コース無料ですが、
通常価格1,000円の
“プリズムコート”がおすすめです！

洗車営業時間：8:00 ～ 20:00

さらに！！ 洗車プリカがお得！

5,000円分の
洗車プリカ

が、
通常価格
4,000円のところ、

3,000円で
販売いたします。

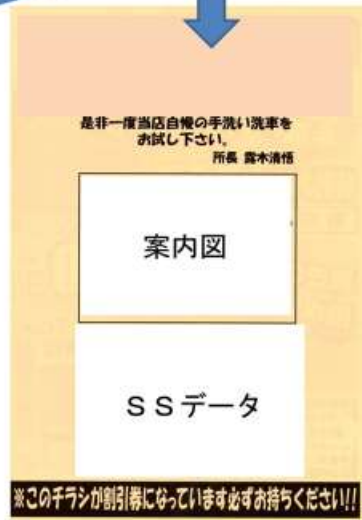
洗車企画いろいろ

□洗車新規客獲得に力を発揮したポスティングチラシ A5 サイズ

ポスティングで集客成功 2%のHIT率

地域で愛させるSSを目指そう作戦

折り込み・ポスティング
町丁名を書く



5

□お客様はランキングがお好き？ 店頭配布ではっ水洗車受注増！



□お得カレンダー 洗車編

得 ² 10月洗車カレンダー						
日	月	火	水	木	金	土
1 ポリマー洗車 ¥1,000 1.¥400→半額 ¥630	2 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	3 シャンプー洗車 ¥315 1.¥400→半額 ¥315	4 室内清掃 半額 1.¥525→半額 ¥525	5 WAX洗車 半額 1.¥473→半額 ¥473	6 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	7 水垢取り 半額 1.¥1,050→半額 ¥1,050
8 ポリマー洗車 ¥1,000 1.¥400→半額 ¥630	9 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	10 シャンプー洗車 ¥315 1.¥400→半額 ¥315	11 室内清掃 半額 1.¥525→半額 ¥525	12 WAX洗車 半額 1.¥473→半額 ¥473	13 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	14 水垢取り 半額 1.¥1,050→半額 ¥1,050
15 ポリマー洗車 ¥1,000 1.¥400→半額 ¥630	16 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	17 シャンプー洗車 ¥315 1.¥400→半額 ¥315	18 室内清掃 半額 1.¥525→半額 ¥525	19 WAX洗車 半額 1.¥473→半額 ¥473	20 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	21 水垢取り 半額 1.¥1,050→半額 ¥1,050
22 ポリマー洗車 ¥1,000 1.¥400→半額 ¥630	23 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	24 シャンプー洗車 ¥315 1.¥400→半額 ¥315	25 室内清掃 半額 1.¥525→半額 ¥525	26 WAX洗車 半額 1.¥473→半額 ¥473	27 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	28 水垢取り 半額 1.¥1,050→半額 ¥1,050
29 ポリマー洗車 ¥1,000 1.¥400→半額 ¥630	30 撥水洗車 1.¥400→半額 ¥630	31 シャンプー洗車 ¥315 1.¥400→半額 ¥315	さらに 洗車チケット お買上のお客様 ★ポイント ★お礼		あなたの街の洗車ステーション	

□1枚のPOPで受注増！



□10 万円洗車券 どの SS でも 2～3 名購入客がいます。歯科医・土建屋社長など
今なら「給付金」の使い道の 1 つとしてご提案するのも良いのでは。



□店長の車を展示車に





谷口竜司(たにぐちりゅうじ) スキルパス社長

経営コンサルタント 1964年大分県生まれ 青山学院大学卒。

大手流通グループ会社、求人情報誌会社を経て、SSコンサルティング会社勤務。SS研修を経てコンサルタントに。北海道から九州まで数百SSのコンサルティングを担当。立地調査から、新規客獲得・定着、顧客稼働促進、油外収益アップ等の販売促進全般のコンサルティング及び人材教育訓練のコンサルティングを行う。また、車検やボディリペア等の新規ビジネスの立ち上げコンサルティングを行う。※新規オープンイベント・改装イベントの成功率(客数達成率・販売量達成率)は95%を誇る。低予算で効果の高いチラシ・DM作りにも定評がある。チームリーダー・開発ディレクター・プロジェクトリーダー等を歴任 □

2001年スキルパス設立 2002年SS顧客獲得会主宰 2007年スキルパス(株)設立

「元売子会社や大手広域ディーラーの戦略」、「中堅特約店の戦略」、「地域密着型販売店の戦略」など規模によりその戦略は全く異なる。それを知らずに大手と同じ戦略で対決すると、業績改善しないばかりか、大切な人材と資金を消耗する。中小企業は「機械」や「システム」にお金をかけるのではなく「軽装備」で、「人」や今まで培った「地域の信用」にフォーカスして改善を進めていくことが大事。スキルパスはその会社に合ったきめ細かいコンサルティングを行うことで多くの顧問先に評価を受けている。5年以上の長期にわたる顧問契約がある一方、一度業績改善した企業がさらに上を目指すための再契約があるなど、一過性ではない根本的な改善を行っていることが特徴。2011年からは経営幹部を対象に「ガソリンスタンド繁盛塾」を開催。多くの卒業生を輩出。卒業生たちの業績改善は目覚ましいものがある □

講師実績(前職時含。敬称略)

○新日本石油 対象 SS マネージャー「車検研修会」「アルバイトパート活用方法」講師 ○JX トレーディング主催 「油外収益アップについて」「12月ギネス研修」講師 ○出光興産 北海道支店 新年SS店主催 対象 経営幹部「車検ビジネスについて」講師 ○EMG マーケティング 東京・神奈川・静岡・中部・関西 経営幹部・マネージャー「業績改善について」講師 ○昭和シェル石油主催 対象 経営幹部(ジュニア会)「CB 収益アップについて他」講師 ○ライジングサン 対象 「新業態開発研究会」「CB 収益アップについて他」講師 ○コスモ石油 中国・四国地区主催 対象 経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○三井石油販売 主催 経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○熊本県・秋田県・香川県石油商業組合 主催 対象 経営幹部・マネージャー「油外改善について」講師 ○丸紅エネルギー 主催 対象 経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○伊藤忠エネクス静岡地区・沖縄地区 主催 経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○伊藤忠エネクス関東ジュニア会 主催 経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○エネオスフロンティア関東地区・関西地区 主催 対象 販売店経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○エネオスウイング 東北・九州・関東地区主催 対象 経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○関彰商事 主催 対象 販売店経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○シナナン 主催 対象 販売店経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 ○キクギナス 名古屋地区 主催 経営幹部(ジュニア)「油外収益アップについて」講師 ○JA 新潟・静岡 主催 対象 経営幹部・マネージャー「油外改善について」講師 ○農協流通研究所 主催 対象 管理者・実務責任者「集客」について講師 ○太陽石油 主催 対象 全国経営者及び SS マネージャー「オイル研修会」講師 ○総合エネルギー 主催 経営幹部・マネージャー「油外収益アップについて」講師 出光昭和シェル 中部支店 SRM 会講師 その他多数の実績あり。

コンサルティング実績(前職時含。敬称略)

会津ゼネラル、アセンドコーポレーション、井手石油、一光、伊藤忠エネクス静岡支店、出光興産中部支店、出光興産千葉支店、出光興産北海道支店、伊助商店、宇田川石油、エクソンモービル千葉支店、エネオスフロンティア関西支社、エネオスフロンティア南九州、エネオスウイング東北支店・九州支店、小野石油店、小野口石油、緒方石油店、岡田商事、かなせき、兼松ペトロ、葛飾石油、関東鉱油、カートピアキクチ、かまや川口サービス、キープ石油、九州エナジー、九州三愛石油、旭東、工藤石油、熊本県石油商業組合、栗山産業、栗林石油、釧路アポロ、コスモ石油高松支店、コスモ石油札幌支店、古賀商事、ゴトウ石油、近藤石油、斉藤石油店、三洋興熱、埼玉アポロ、サン石油、四国石油、シノハラオイル、柴田石油、鈴木清作商店、鈴木石油店、セキヤ、相馬商事、高橋石油、大成鉱油、泰和石油、立石コーポレーション、多良木石油、中央橋石油、津田屋、鶴崎海陸運輸、東光石油、富永サービス、常盤興産、東洋物産、中嶋石油、南国殖産、ニシダ、日新商事、日米商会、日本セイリング、ニュー丸栄石油、原商会、ハタヤ、ハヤマ、ハマヤ石油、林兼石油、平沼康夫商店、檜垣石油、フクユ、富久屋商会、別府九石販売、北商コーポレーション、北海道エネルギーサービス、丸紅エネルギー、丸紅燃料、丸紅石油静岡、丸信石油、マルネン、三重アポロ、三ツ輪商会、村田石油、大和屋商店、山新石油、山元石油店、米倉商事、根古谷商会、根本石油、百瀬石油 他・・・

スキルパス株式会社 〒225-0023 横浜市青葉区大場町 174-228 TEL:045-971-7104 FAX:045-971-7393

ご連絡：090-8039-5945 谷口直通

メール：ryu@hs.catv.ne.jp