

ガソリンスタンド
業績改善
チャンネル

**SS専門
コンサルティング会社
スキルパス株式会社
代表：谷口竜司**

今回のテーマは・・・

中小SS社長のための

「大手に勝つ方法」

大手企業に勝つ方法

- 社長の最も重要な仕事は？

儲けを生み続ける
仕組みを作ること

大手企業に勝つ方法

とはいえ、ビジネスは
ハンディなしの戦い。

中小SSであろうとヒト・
モノ・カネで勝る大手と
ハンディ無しで戦わなければ
ならない。

大手企業に勝つ方法

競合ひしめく中で

「儲けを生み続ける
仕組みを作る」のは
簡単なことではない。

大手企業に勝つ方法

そこで

必要になるのが

「差別化」

大手企業に勝つ方法

- 他社と何が違うのか
 - どこが優れているのか
- それらを徹底的に磨く。

大手企業に勝つ方法

例えば、コンビニ。



業界大手 → セブンイレブンや
ローソン

しかし、そこに負けない地場の
コンビニ → 「セイコーマート」

大手企業に勝つ方法

セイコーマートは・・・

「道民のためのコンビニ」として、道内の食材を中心に使っている。安くて量が多い。大手が撤退したところにも出店。食品（おにぎり・弁当・パン・牛乳など）を自社工場で製造。さらに配送も自社便で行うため、コスト削減&雪でも配送可能な強力配送網。

大手企業に勝つ方法

HISは、大手旅行会社JTBや近畿日本ツーリストなどとの差別化を図りながら成長してきた。大手が法人向けや団体旅行を重視していたのに対し、HISは個人旅行、特に「格安航空券」に特化。それが若者やバックパッカーに支持された。

頭角を現してきた時もハワイなど大手が力を入れているところではなく、当時あまり知られていない「バリ島」に特化したツアーを組んで差別化を図ってきた。

大手企業に勝つ方法

差別化のポイント

- ①商品
- ②地域
- ③客層
- ④営業（新規客の獲得）
- ⑤顧客（顧客維持方法）

大手企業に勝つ方法

1SS販売店「タイヤ3000本」の例

- ①商品「タイヤ」
- ②地域「半径1KL居住+給油客」
- ③客層「女性・中高年・軽自動車」「法人」
- ④営業「普段からの会話&エアチェック・年に2回のタイヤ商談会・法人客に営業」
- ⑤顧客「日々のエアチェック・作業報告書から定期点検の連絡・商談会DM・LINE」

大手企業に勝つ方法

地域密着3SS所有販売店「車販年間150台超え」例

※特に車販事業を立ち上げるときにどうしたか？

①商品「車販（在庫無。オークション数十万台）」

②地域「近隣エリア」

③客層「給油客」

④営業「社長姉弟・経営陣が普段の会話から見込み発見
ここに全力！徹底的に接近戦を行った。

その後「軽自動車展示会」「車買い取り強化キャンペーン」などを行っていった。

⑤顧客「購入客へのガソリン割引・定期点検の連絡・イベントDM・LINE」

大手企業に勝つ方法

まとめ・・・

- ①お客様に選んでもらうためには他社とどこが違うのか？どこが優れているのか？という差別化が大事。
- ②差別化のポイントは、商品・地域・客層・営業（新規客の獲得）・顧客（顧客維持方法）
- ③立ち上げの時は社長が責任者として自ら立ち上げる。従業員に移行するのは軌道に乗ってから。はじめから従業員に丸投げするな！

ご相談・お問い合わせ

090-8039-5945

ryu@hs.catv.ne.jp