

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・・・

え、ウチでやっ

てくれないの？

～常連客が他で買ってしまいう理由～

エボークトセット

Evoked Set 「想起集合」

消費者が何かを買おうとした時に、頭の中にパッと思い浮かぶ選択グループ

エボークトセット

例えば「ハンバー
ガーといえは？」

- マクドナルド
- バーガーキング
- シェイクシャック

エボークトセット

例えば「車検といえは？」

- トヨタのディーラー
- 以前頼んだ顧問先SS 3社
- コバック
- 独立した元SSマネージャー

エボークトセット

人の頭の中は・・・

- 未認知集合：そもそも存在をしらない
- 認知集合：名前をしっている
- 拒否集合：あそこはイヤだな
- 不活性集合：知っているけど良くも悪くもない

エボークトセット

Evoked Set 「想起集合」

**「買うならこの3~5つの
どれかだな」と肯定的に
検討されること**

エボークトセット

ただし、現代はモノや情報が溢れているため、エボークトセット（3～5個）に入るだけでは不十分で、その中のトップ（第一想起）にならないと勝てない。

エボークトセット

- **エボークトセットに入る店の共通点**
- **お客様は機能ではなく
“自分を気にしてくれた
体験”を覚える**

エボークトセット

例えば地域で強いSSは・・・

「あの人は感じがいい」

「空気圧を気にしてくれる」

「子供に優しい」

「いつも覚えてくれてる」

「相談しやすい」

こういう“情緒記憶”を持っている

エボークトセット：言葉

- 最近あまり乗ってませんか？
- この前遠出されてましたよね
- お子さん受験でしたよね
- スタッドドレスそろそろですね

エボークトセット

つまり、技術より先に、
“人の記憶”がある。

ここを理解すると、地域密
着型SSのやるべきことが見
えてくる

エボークトセット

重要なのは“売り込み”
ではなく“関心”

人は「自分に関心を
持ってくれる店」を
忘れない

エボークトセット

- LINEをクーポン配信装置にしない
- 値引き・クーポン・キャンペーンだけでは“安売り店”
としてしか記憶 されない

エボークトセット

「洗車20%OFF！」→そうか・・・

「黄砂が増える時期です。放置すると塗装ダメージになります。シャンプー洗車だけでも違います」→役立つ記憶になる

「夏の行楽ではタイヤトラブルが増えます。空気圧だけでも見ますので気軽に声かけてください」→相談できる店になる

販売ではない“思い出す理由”を増やすこと

エボークトセット

店頭イベントは記憶装置

- 店頭マルシェ（野菜・くだもの）
- キッチンカー登場
- 雨の日の撥水デモ体験（知らない世界を教える）
- 高齢者向け安全運転相談会
- 女性向けタイヤ講座

「ここは売るだけじゃない」 “学び”と“安心”を持ち
帰ってもらう

エボークトセット

- スタッフ個人をブランド化
- 小規模SS最大の武器は“人”
- タイヤのことなら田中さん
- 作業なら鈴木工場長
- 洗車なら佐藤さん
- なんでも相談しやすい山本さん
- “人”がブランドになる

エボークトセット

人柄の見える接客

- 名前を呼ぶ ◎
- 前回会話を覚える
- 小さな変化に気づく
- お客様を急がせない

エボークトセット

「売る」ではなく「育てる」
エボークトセットに入る店は“顧客を育てている”

洗車



空気圧・会話



タイヤ相談



オイル交換



車検・車販



生涯取引

エボークトセット

地域密着型SSが見るべきKPI

- 名前で呼ばれる回数
- 指名来店
- 相談件数
- 雑談時間
- 再来店率
- LINE既読率・アプリ開封率

エボークトセット

ただし、雑談もしていて、
仲も良くなっていて、かつ
近いうちに交換しましょう
ね、などと会話していたに
も関わらず他店で買われた
場合どう考えるか？

エボークトセット

脳内リストの1位ではなかった

本当に出費をするという最終決定の瞬間、脳内リストの1位に滑り込めなかった可能性がある

例) 「タイヤを買うのは専門店」
「とにかく安く買いたい」など別の1位が存在したこと。

エボークトセット

社交辞令

嫌われたくない・良い人でいたい

一貫性の原理が働かない

「一度口にした約束は守りたい」という心理はあるが、それは具体的な日時・商品・価格まで確定しないと働かない。

エボークトセット

- 仲の良さだけで引っ張れる金額には、お客様ごとに「上限」がある。
- 高額商品になればなるほど、感情の繋がりに対して、「専門店としての圧倒的な説得力（安心感・専門知識・保証）」という補強が必要になる。

エボークトセット

仲の良さがベースになるが、

- 専門店としての存在感
- プロとしての専門知識

こういった点も大事になる

まとめ

“関係性の深さ” これが想起される店への第一歩

エボークトセットに入る店とは
“安心して思い出せる店”

毎日の接客・会話・気遣い・ 知識・ 専門性が未来の売上を作る

ご相談・お問い合わせ

090-8039-5945

ryu@hs.catv.ne.jp