

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・・・

販売を従業員 に任すな

社長が決めるべき営業戦略と顧客戦略

「うちのスタッフは販売力が弱い」
「もっと積極的に声掛けをしてほしい」
「インセンティブを出しているのに成果が出ない」

全国のガソリンスタンド経営者から、
このような相談を数え切れないほど
受けてきました。

社長が決めるべき営業戦略と顧客戦略

しかし、私はそのたびにこうお伝えしています。

「販売力が弱いではありません。販売に従業員任せにしていることが問題なのではないですか？」

厳しい言い方かもしれませんが、これは私が全国の成功店と伸び悩むSSを見続けてきた中で確信したことです。

社長が決めるべき営業戦略と顧客戦略

社長が「営業戦略」を決める。

**どうやって新規客を獲得する
のか？「がんばれ！」など精
神論ではなく、その具体的な
行動を決める。**

販売を丸投げすると必ず問題が起きる

何も教えず、ただ「今月は洗車を百万円やれ」
「タイヤを100本売れ」「車検予約を50件取ろう」と数字だけ与える。

すると従業員はどう考えるでしょうか。

人は追い込まれば、なるべく楽に数字を達成できる方法を探します。

モラル教育も、正しい販売方法も教わっていない人ほど、その傾向は強くなります。

販売を丸投げすると必ず問題が起きる

例えば、「今日は特別に値引きします」「社長には内緒ですよ」「本当はやらないサービスですが、あなたには特別です」こんな言葉でお客様を喜ばせようとしています。

その場では売れるでしょう。

しかし、そのサービスを他の従業員も続けられるでしょうか。当然できません。結果として、お客様は得をするが、会社は利益を失う・メンバーからは不信感を買う・お店がガタガタになる、そんな状態を自ら作ってしまう。

「お客様第一」と「言いなり」は違う

以前、顧問先でこんな出来事がありました。

本来なら十分な利益を確保しなければ成り立たない整備作業を、お客様から「急がないから安くやって」とゴリ押しされ、そのまま半額以下で受けてしまったマネージャーがいた。本人は親切心だったのでしょうか。

「お客様第一」と「言いなり」は違う

しかし、本当に会社のためになっていたでしょうか。ピットはそのクルマで長時間ふさがります。他の利益の出る作業が入れません。スタッフも拘束されます。「空いた時間でやればいい。」そんな都合の良い時間は現場にはほとんどありません。

お客様の要望を聞くことは大切です。しかし、お客様の言いなりになることは全く違います。経営とは利益を残して初めて継続できます。利益が残らなければ、お客様を守ることも地域に貢献することもできません。

売るために不安をあおる販売は絶対にしてはいけない

さらに問題なのは、数字だけを追わせると一部の従業員は「危険です」「今すぐ交換しないと大変です」と必要以上に不安をあおる販売を始める。

もちろん本当に危険なら伝えなければなりません。しかし、まだ使える部品まで交換を勧める。しかも、車に詳しくない方、女性のお客様、高齢のお客様、断るのが苦手そうな方、そんな人を選んで提案する。

これは営業ではありません。信頼を失う行為です。

売るために不安をあおる販売は絶対にしてはいけない

一度失った信用は二度と戻りません。

だから私はいつも言っています。「売り方まで社長が決めなければならない」。

「どう売るか」まで決めて初めて戦略

それが営業戦略

広告で集客するのか。SNSを活用するのか。LINEを使うのか。ホームページを強化するのか。店頭接客で勝負するのか。販売方法によって、育てる従業員像は全く変わります。広告型なら受付対応。店頭営業型なら声掛け・質問・提案。つまり、教育内容まで変わるのです。

「どう売るか」まで決めて初めて戦略

「とにかく売ってこい。」では成果は偶然にしか生まれません。

ガソリンスタンド従業員は勉強が苦手な人が多く、本も読んでいないことが多々あります。

それが故に「社長が営業戦略を考えることを放棄している」ことに気がつかない。社長もそれを良いことに従業員を数字で詰めていくのみ。

「営業戦略」と同様に大事な「顧客戦略」

私は営業戦略と同様に重要なのが「顧客戦略」だと思っています。

営業戦略で新規客を集めることは大切です。しかし、一度来店したお客様が二度と来なければ経営は安定しません。例えばオイル交換。半年後にLINEを送るのか。ハガキを送るのか。電話するのか。アプリで通知するのか。誰が送るのか。どんな文章にするのか。割引券は添付するのか。ここまで決めて初めて顧客戦略です。

本当に重要なのは「顧客戦略」

車検なら、「車検を売る」ではありません。「2年間安心して乗れる車生活を提供する」という発想。6・12・18か月点検・空気圧点検・バッテリー診断・オイルチェック・LINE無料問い合わせ。お困りごと24時間AIチャット相談。困った時に最初に思い出していただけ的存在になる。

これこそが本当の顧客づくりです。

社長の仕事は「売ること」ではない

知り合いの会社の社長は、見込み客に対して「接触ポイント」を点数化しています。

問い合わせ翌日に電話でお礼を伝える（直接の接触2点）それから3日以内にLINEを送る（間接行為で1点）さらに1週間以内に再訪問する（直接の接触2点）。

1週間以内に5点を取るよう、こうした行動を徹底した結果、特別優秀な営業マンではない地域の若者たちが、高い成約率を実現しています。

社長の仕事は「売ること」ではない

つまり成果を生んでいるのは、個人の才能ではありません。社長が設計した仕組みなのです。

社長の仕事は、自ら一番売ることではありません。
「誰がやっても一定の成果が出る仕組み」をつくること。

販売に従業員任せにする会社は、人によって成果が変わります。しかし、営業戦略と顧客戦略を社長が設計している会社は、普通の従業員でも成果を出せます。これが強い会社です。そして、これこそが私が全国の顧問先で実践しているスキルパス流の営業戦略・顧客戦略なのです。

社長の仕事は「売ること」ではない

まとめ

- 社長はどうすればお客様が購入してくれるか自社の営業戦略を構築する
- さらに、一度買ってくれたお客様が次も買ってくれる後追い策、顧客戦略までを構築する

ご相談・お問い合わせ

090-8039-5945

ryu@hs.catv.ne.jp