

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・・・

ガソリンを

差別化する方法

ガソリンを差別化する方法

「ガソリンなんてどこで入れても同じでしょう。」そんな声をよく聞きます。

確かに、ガソリンそのものは全国どこのガソリンスタンドでも同じ品質。

コモディティ商品・買い回り品
→価格競争に陥りやすい

ガソリンを差別化する方法

**確かに、「ガソリンのみ」
を提供しているお店はそん
な競争に陥ってしまう。**

**でも価格が全てか、という
とそんなことでもない。**

ガソリンを差別化する方法

- 単なるガソリンを提供しているSS

VS

- ガソリン+自分に一番得な提案をしてくれるSS

ガソリンを差別化する方法

ガソリン価格が安値店より
少し高くても「この店は、
自分に一番得な提案をして
くれる」そう思っていただ
けるかどうか、これが大事。

ガソリンを差別化する方法

**今回、そのお得な
提案の代表例として
元売クレジットカー
ドを取りあげる**

ガソリンを差別化する方法

ガソリンスタンドの数が一番多いエネオスのカードの事例

ENEOSカードは3種類

- ENEOSカードC
- ENEOSカードP
- ENEOSカードS

ガソリンを差別化する方法

**C・P・S、皆さんは、その違い
をお客様に説明できますか？
もし説明できないなら、とて
ももったいないこと。**

**商品を知らない営業は、
お客様を幸せにできない。**

ガソリンを差別化する方法

- 「売る前に知る」 営業とは、自分の商品を売ることではない。
- 営業とは、お客様に一番得をしていただくこと。そのためには、自社の商品を深く理解していなければならない。

ガソリンを差別化する方法

• ENEOSカードCとは？

まずはCカードこれは一言でいうと、「ガソリンをたくさん使う人のためのカード」。毎月のカード利用額に応じて、ガソリン・軽油が最大7円/L引きになる。灯油はいつでも1円/L引き。

ガソリンを差別化する方法

- 利用額に応じて値引き幅が変わるキャッシュバックタイプで、利用金額が多いほどお得。
- 例えば営業車で毎日走る人。通勤距離が長い人。2台、3台所有している人。こんなお客様には非常にメリットがある。例えば月150L給油する方なら、7円引きで年間約12,600円も違ってくる。これは決して小さな金額ではありません。だから、このカードを勧めるべきお客様は、「給油量が多い方」です。

ガソリンを差別化する方法

• ENEOSカードPとは？

次はPカード。これは「ポイントを貯めたい人」のカードです。

ENEOSで利用すると最大3%

(1,000円で30P) 相当のポイント還元があり、ENEOS以外の買い物でもポイントが貯まります。

ガソリンを差別化する方法

- 貯まったポイントは給油代などに使える。例えばスーパー・Amazon・コンビニ・ドラッグストア普段の生活の支払いをカードで行う人には向いている。
- 最近は現金よりカード派のお客様も多い。そんな方には、「値引き」より「ポイント」の方が喜ばれる。

ガソリンを差別化する方法

P：注意点

- 3%還元はエネオスで購入した場合
- 一般店舗での還元率は0.6%
- 初年度は年会費無料
- 2年目以降は年会費1,375円

ガソリンを差別化する方法

- ENEOSカードSとは？

「迷ったらこれカード」。ガソリン・軽油はいつでも2円/L引。さらに年1回以上利用すれば翌年度の年会費が無料になるため条件がシンプルで使いやすいカード。

たくさん給油するわけでもない。ポイントもそこまで気にしない。でも少しでも得したい。そんなお客様には一番おすすめ。

ガソリンを差別化する方法

今日一番伝えたいこと

それは、カードを説明する
ことが仕事ではない。本当
に大事なのは、お客様の生
活を知ること。

ガソリンを差別化する方法

質問

- 「毎月どれくらい給油されていますか？」
- 「普段、カード払いは多いですか？」
- 「ポイント派ですか？値引き派ですか？」

この3つを聞くだけで、お客様に一番合うカードはほぼ決まる。つまり、売るのではなく、選んであげる。これがプロ。

ガソリンを差別化する方法

さらに重要なこと、わかりやすく伝える

- 「2円引きです」では良さが十分に伝わらない。
「毎月100L給油されるなら、年間で約2,400円お得になります！」
- 「月に200L給油なら年間2,400L、Cカード7円引きで計算すると年間で16,800円違ってきます」
- 数字になると、お客様は初めて価値を感じる。

ガソリンを差別化する

「ガソリンは差別化できない」と言われる。
違う。ガソリンそのものは差別化できない。
しかし、ガソリン給油時の提案は差別化できる。

例えば、「今日はカードをおすすめします。」ではない。「〇〇様なら、このカードが年間で一番お得になります」ここまで言えたら、お客様は「この店は自分のことを考えてくれている」と思う。

ガソリンを差別化する

これが信頼になる。信頼が会員になり、固定客になり、洗車になり、オイルになり、タイヤになり、車検・車販につながる。つまり、給油をきっかけに、一生のお客様をつくる。これがわれわれが目指している生涯取引。

ガソリンを差別化する

まとめ「お店として差別化」

- ・今回はENEOSカードを例にお話ししたが、本質はカードではない。本質は、自社の商品をどれだけ理解しているか。そして、その知識を、お客様一人ひとりに合わせて提案できるか。これができるお店は、価格競争に巻き込まれない。お客様は「この店だから利用したい。」と言ってくれる。ぜひ皆さんも、自社の商品やサービスをもう一度勉強してみてほしい。その知識こそが、他店との一番大きな差別化になる。

ガソリンを差別化する

まとめ 「個人として差別化」

- 最近、テレビやYouTubeで家電芸人とか、ポイ活芸人などが取り上げられる。1つのことを詳しく知っていることが仕事になっている、そんな人たち。
- つまり、その人の知識がその人の価値になっている。それと同じようにSS従業員も自店で取り扱っている商品をより詳しく知って、お客様の最適を提案できるようになること、今回話したクレジットカード然りアプリ然りタイヤ然り、それがお店のみならず、個人をも差別化することができる大事な方法になる。

ご相談・お問い合わせ

090-8039-5945

ryu@hs.catv.ne.jp