

こんにちは

シュリネットの瀬川と申します。

この無料レポートを請求されたあなたは、これからもっと売上げや顧客の増加を考えておられる方だと思っております。

わたくしも長く業界にいましたので、現在の大変な状態はわかっているつもりですが、業界を離れていろいろな事がわかるようになりました。

業界にいるとどうしても、その中の考えが基準になってしまって一般的な考えが少なくなってきて苦労した事もあります。

他の業種ではできているような事でも、自動車業界ではできていない。

やっているお店でもうまくできていない。

理由は簡単な事です、お客様を見ていない。それだけです。

そんな事はない、きちんとやっている。

そうお思いでしょうが、それならどうして売上げが上がらないのでしょうかね。

お客様を見ているのではなく、見ているつもりになっているのではないのでしょうか。

一つ一つの積み重ねが大きいものになっていくのはわかっていると思いますが、普段の業務を遂行するのが忙しくて一日一日が過ぎていっていませんか。

その結果、お店の都合をお客様に押し付けていませんか。

押し付けている気持ちはない事はわかっていますよ、しかしお客様はそう思っているのではないのでしょうか。

お店の開店当初の気持ちや、仕事を初めてやった時を思い出して下さいよ。

その時の対応がよかったから、今のお客様があるのでは・・・・・・・・。

忘れ了吗か？

思い出して下さい。

一人ひとりのお客様への対応の仕方は今と同じでしょうか。

「 初心に帰る 」って言葉があるじゃないですか。

あなたのお店にいる全員が、その気持ちを忘れていないでしょうか。

仕事が終わってから全員で、今日あったことや世間話等やっていませんでしたか。

こんな事があった、こんな事をお客様に言われた、お客様にほめられた等々。

今の言葉で言えば情報の共有化ですよね、会議やミーティングと言うから長続きしないし、できないのです。

コーヒーやお茶を飲みながら気楽にやればいじゃないですか。（酒はダメですよ）

その話の中で、これからはこうして行こう、こう対応していこう等のヒントがでてきますよ。

その時の、話題の一つとして参考にして下さい。

業界の現状は、バブルが終わってからは景気も悪くなり車販も落ち込み車検価格もフランチャイズの参入や他業種からの参入もあり、全体的に見て低価格になってきています。

特に、法改正後は代行車検やユーザー車検の方が金額も安くできるとあって以前に比べると台数も増えてきています。

昨年、一昨年と比べて台単価はどうでしょうか。

販売台数や在庫台数はどうでしょうか。

今まで低年式で我慢して修理してきたお客様が、修理代が高くついている事や一部で景気回復が見込まれている事、等で販売の増加は見込めると思いますが、その事によっても車検台数は減ってきますよね。

既存のお客様プラス新規のお客様でないと、台数の増加は見込めませんがあなたのお店ではどうでしょうか。

台数の増加が見込めないのなら、台単価を上げるようにやっつけていかないと売上げの増加は見込めません。

車検の金額も以前ほど安い、安いと言ったような宣伝もなくなってきている事を考えると、価格的には現状のままで落ち着くと思っています。

色々なチラシをみても、基本料が安くても手数料や代行費等を足した場合、金額は変わりません。

いかに、安いように見せるかを考えているように思います。

車検の基本金額が安くても自動車が古くなってきているので、総額では以前とあまりかわらなくなってきています。

少しずつですが、お客様がそれを感じてきているのではないのでしょうか？

これからが顧客を増やすチャンスですよ。

今まで金額で工場を選んできた顧客が、総合計の金額をみて低価格の車検も今までとあまりかわらないと思いはじめています。

当然、以前いっていた工場への戻りもあります。

どの販売店や整備工場がいいのかわからない。

いいお店があればそこへ行きたいがどのお店がいいのかわからない。

なかには今、利用している整備工場や販売店に対する不満を持っているお客様もあります。

整備工場も今まではあまり競争はありませんでしたが、低価格の車検ができてから競争になってきているのです。

生き残るために他店との差別化、他店との違いをお客様にアピールしていかないと現状維持すらできなくなってきました。

あなたのお店でお客様にアピールできる事はありますか？

他のお店と同じ事をやっても、顧客は増えませんよ。

定期的に顧客と接触していかないと、金額だけでは競争できませんし、突き詰めていけば仕事量はあっても売り上げが上がらなくなりますよ。

ガソリンスタンドでは赤字になればセルフへ変更もできますが、整備工場ではセルフはできませんよね。

あなたのお店では来店したいただくために、何かやっていることはありますか。

あるお店では、お客様が平均月一回の来店をされているそうですが、そんな工夫されていますか。

そのお店は販売した自動車を、月一回無料で洗車をしているそうです。

その間はお客様が待っているそうです。

これをヒントになにか考えられますよね。

顧客獲得プランを読んでもいただければ、どのようにして獲得して管理していけばいいのかがわかります。

研修等では、一般的な話ばかりで、これからどうやっていけばいいのかを言ってくれません。

顧客獲得プランでは、

- 1 顧客リストの作成
- 2 新規顧客の固定化
- 3 顧客へのフォロー
- 4 顧客フォローの継続

を、どうやっていけばいいのか、具体的な内容で書いております。

最後になりましたが、お客様の意見を参考にする事も一つの方法かもしれません。

なにもしないで、待っているだけではお客様は来てくれませんよ。