

顧客、売上げを増やす為に

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。

自動車整備業界の現在の大変な状態はわかっているつもりですが、整備業界を外から見ているといろいろな事がわかります。

どの業界もそうでしょうが同じ業界に長くいると、その業界の中の考えが基準になってしまっただけで世間の一般的な考えができなくなってきました。

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。やっていると思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、きっちりとやっている。

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。

きっちりとやっている、思っているだけではないのでしょうか？
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。

お店を始めた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。
その時の対応がよかったから、その時頑張ったから、今のお客様があるのでは……。

忘れ了吗か？

思い出して下さいね。

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。

苦勞をしてきたあなたはその気持ちを持っているかもしれませんが、あなたのお店にいる全員がその気持ちを持っているのでしょうか

いつのまにかその気持ちを忘れていないのでしょうか。

お店を始めた最初の頃は、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氣楽にやればいいじゃないですか。（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。

今の業界の現状は景氣もあまりよくなり、車販が少しずつ増えてきたようですが、本業の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その台数も増えてきています。

昨年、一昨年と比べて一台当たりの単価はどうでしょうか？

販売台数や入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、古くなってきて修理代が高いつ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は思います、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がなければ、台数の増加や売上げ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、一台当たりの単価を上げるようにやっていかないと売上げの増加は見込めませんよね。

でも、車検の金額も以前ほど安い、安いと言ったような宣伝も少なくなっ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合計では金額はかわりませんよね。

チラシでは、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、車検の総額では以前とあまりかわらなくなってきています。

最近のお客様はそれを感じてきているのではないのでしょうか？

それらを考えると、これからが顧客を増やすチャンスですよ。

車検の場合、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あまりかわらないと思いはじめています。

そうなれば 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、そんな工夫をされていますか？

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。

これをヒントに売上げが増えるなにかを考えられますよね。

研修等では、一般的な話ばかりで具体的に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。

そこで、オフィス ユメリンクスにいるカーライフアドバイザーが色々な内容のプランを作成しました。

すべて、研修等で言われている一般的な内容ではありません。

自動車整備業としてできる、考えなくてはいけない事等、具体的な内容を書いています。

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。
お客様は我儘で言いたい事ばかりを言うから聞くだけ無駄？
でも、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。

小さい事からでもいいじゃないですか。
行動していただければ幸いです。

オフィス ユメリンクス 一同