



お店づくり

●有限会社オートファイル(テナンエ商) 様(広島県)

やり方を変えれば、他社で購入されたお客様でも取り込める

来店客の大半は他社で購入されたお客様、うち6割は一人で来られる女性客

広島県福山市の中心部に、店舗の方向性を修理、装金、塗装など、すべてのアフターサービスに特化する事によって、オープンからわずか半年余りにもかかわらず、毎月の平均来店客数が1,000名という販売店がある。この驚異的な集客力の背景には何があるのだろうか。二番は他社で購入されたお客様をターゲットにしている点です。その中でも、とくに「一見の女性客を招いています。通常、お客様はクルマを購入されたお店に行きますが、女性の場合は、クルマ屋さんには教員が高くて入りづらいという方が多いですからね。これまでのやり方を変えれば、他社のお客様でも十分取り込めると考えました」と、あえてディーラーや販売店が苦手してきた「女性のお客様が一人で入れる店」を、店づくりのコンセプトにしたという大貫社長。「考えられないとよく言われますが、実際にお客様の6割が女性ですし、一人で来られます。一度うちに来られたお客様



は他社には行きませんよ」と、絶対的な自信を見せて。

女性客を呼び込むキーワードは「接客」「スピード」「清潔感」の3つ

「一見の女性客を招いています。通常、お客様はクルマを購入されたお店に行きますが、女性の場合は、クルマ屋さんには教員が高くて入りづらいという方が多いですからね。これまでのやり方を変えれば、他社のお客様でも十分取り込めると考えました」と、あえてディーラーや販売店が苦手してきた「女性のお客様が一人で入れる店」を、店づくりのコンセプトにしたという大貫社長。「考えられないとよく言われますが、実際にお客様の6割が女性ですし、一人で来られます。一度うちに来られたお客様

そうした自信のベースには、洒落た雨風の外観の店舗と、道路から見えるオープンスペースの明るくきれいなサービス工場とがある。「オープン前は飲食店でもできるかと言われましたが、こういう道幅でないと女性客は呼び込めません。その上でとれたけ高いスピードリテイが提供できるか。そのキーワードは「接客」「スピード」「清潔感」です。同社では、サレバスタッフが営業として、お出迎えからお見送りまでの接客をすべて行うが、来店時にお客様から伺った用件は、全員が付けているインカムで即



座に共有化される仕組みがなっている。また、スピードに対する取り組みも半端ではない。全員がストラップオンチを手に持ち、自分の作業時間を計っているという徹底ぶり。「車検でしたら、お客様の来店から、受付、作業、引渡しまで、洗車を省いた約45分でやります。初回車検なら35分でやります。技術や仕事を見ていただき、それでお金をいただく。それがプロ意識と考え、スタッフにも常にその訓練をしています」と大貫社長。そうした仕事に対する厳しさが、高い業績につながっている。

宣伝ツールやキャラクターグッズに大活躍の宣伝部長「マツケン」

また、店舗の認知度アップに貢献しているのが、招き猫や可愛くアレンジしたオリジナルキャラクターの「アミエマ」。名前の由来は、平成10年10月10日に大貫社長が一匹のネコと出会うことに因んだというが、そのキャラクターを店づくりの全面に打ち出すことにした。「看板はもちろん、ポスター、エンター、封筒、名刺、請求書、中古車の化粧板などの宣伝ツールに入れていきます。また、タオルやキーホルダー、ぬいぐるみ、携帯ストラップ

お店づくりのポイント

- 1 他社でクルマを購入されたお客様のサービス需要を取り込むという新たな戦略の発想
- 2 「一見の女性客が一人で入れる店」という難題をコンセプトにした挑戦的な店づくり
- 3 「接客」「スピード」「清潔感」を柱にプロ意識の醸成を重視したスタッフの教育



「マツケン」のオリジナル。毎年風水のウッキーカーで変えている

プ、ユババグといったキャラクターグッズを開発して、ホームページで販売したり、車両購入時や車検入庫時のプレゼントにしたりしています。マツケンはお店の宣伝部長ですね」と熱を帯びる大貫社長。従来の、クルマ屋の既成概念を打ち破った斬新な発想で、サービス需要を取り込み、顧客との関係を深めている同社では、今年からこのウッキーカーをもとにした、全国約300店舗に展開し、乗り出している。