



NCC  
本部より

# SSで販売成功するポイント

ガソリンスタンド向けに、様々な販売システムやツールが出ています。全国に3万店舗以上のガソリンスタンドがあり、その中で、車検や車販に力を入れているお店も多いと思います。

本当にお店のお客様へ「コンスタントに販売出来ている

お店は私の知る限り、ほとんどありません。システムやツールだけで、給油に来店されるお客様に声を掛けても車は継続的に販売できません。お店に来店されるお客様に継続的に販売するために大切な事や、お店とお客様の関係を良くする事の必要性、「SSの弱点」や「SSの強み」を踏まえて、販売を成功させるためのポイントをお話します。

「八代市 シマ石油様」



熊本県八代市に3店舗のガソリンスタンドを運営されています。

## 「車を販売する考え方」

考え方がガソリンスタンドでは、車は売れません。考え方が整備工場では車は売れません。兼業で失敗する原因になります。車を販売するならば、その考え方を持たないといけません。

## 「SSの弱点」

待ってれば来る。来たらず。提案しておけば、そのうちお客様から依頼を受ける。というのが、特にSSの営業スタイルです。それだけ、来店が多く、一人のお客様が来店する頻度も高いため、SSは、電話などのフォローなどしなくても良い。という風潮になっていきます。これだと、給油などの来店ついでで説明出来るものしか売れません。売りたいものがしっかり説明できる時間を、お客様と約束する必要があるという事が大きな気づきです。

## 「SSの強み」

ほとんどのSSが活かせていない圧倒的な来店数です。お客様の心理や、状況を理解すれば、「いつ」「どこで」「どんな」声を掛ければ良い

のかがわかります。給油時の長期滞在するつもりが無いお客様に時間がかかる説明はなかなか聞いてくれません。そこで必死に色んな提案をしても、聞いてもらいう前に断られ、社員は疲弊するだけで成果が出ません。

どうすれば良いか？

例えば、給油来店は、次の来店約束をするだけ、固定客になってもらいう案内だけ、入店客には、車検予約とクイック査定、のように、お客様と対話が成り立つ状況をつくる事です。対話が成り立つ状況で、そこで初めて、SSの圧倒的な来店数が強みになります。

## 「販売環境」

10年以上前から販売には取り組んでいましたが、思うような販売はできませんでした。原因は、取り扱うメインの販売商品と、販売成約までのプロセスに問題があった事です。

まず、これまで取り扱ってきたメイン商品は、中古車の受注販売です。それを販売成約までのプロセスが無い状態での営業活動に、社員は売りたいと思っ

いた事です。受注販売は、お客様の案件探しから、予算取り、セリ落とすまでのお客様とのコンタクト、セリ落としてからのキャンセルリスク、中古車の商品化仕上げ、商談後、納車までの準備、膨大な手間暇がかかるため、中古車の受注販売は個人のマンパワーで販売する商品であり、店としてのメイン商品には適していませんでした。

## 「社内、社員の変化」

車販売を中心にビジネスを展開している会社と付き合う機会が増え、SSと大きく違う所ですが、1組呼ぶコストに危機感を持った事です。今、当店に来店して下さっているお客様との関係を見直すキッカケになりました。こういった社内の背景があり、取組などを定着継続させる力が、社内についた事です。「クイック査定」がそうです。

また、販売環境の改善や、結果が出始めた事により、社員の自信がついた事です。この辺りの事は、このあと、

当社の梶原店長に話してもらいます。

## 「お客様の区分」

給油のお客様、車検のお客様、鉾金のお客様、車を購入いただいているお客様など、店との繋がりや、お客様によって様々ですが、それを同列で対応していません。クイック査定をする事で、お客様ニーズや関係性がわかって来るので、お客様に合わせた案内時期や、内容を提案する事が出来ます。

## 「クイック査定を行って」

車検が増えました。これは、クイック査定の際に、車検、買替えの話をしており、商談管理や、フォローのやり方は、車検も買替えも同じようにしているため、買替えよりも、車検の方が到来する時期が早い分、先に車検の結果が出たという事です。

## 「今後の展開」

車検、車販は軌道にのって来たので、安定すれば、鉾金と保険を早期に着手したい。

買替え前の無料相談所

クルマ査定の窓口