

車検のチラシをまいてもお客さんは思うように来ません。

でも、お客さんはたくさん来店されていますよね？

そこで、受付が事務的になっていけば、たくさんのお客さんが流出します。

だから、フロントで色んなものを提案したりするのですが…

来店目的以外の商品販売はニーズがわかっていない場合、押し売りになってしまいます。

毎日、相当な訓練をしているお店しか、お客さんは、自分の店だと思ってくれません。

お店は顧客データがあるだけで、実は、本当の顧客は限りなく少ないのです。

まずは、

お店がお客さんとの関係を知る事です。

# 順序があります。

## それがクイック査定！

クイック査定の考え方は、  
お店の印象を上げる事、  
お客様のニーズに合ったアドバイスを行える事、  
売り込まなくても、相談や商談が増える事、

最適なコミュニケーションの取り方です。  
クイック査定をすれば「提案」する商品がわかります。

クイック査定は、

「買替」「車検」「钣金」「**保険**」

を利用してもらうキッカケです！

# クイック査定バージョン

- ①クイック査定の定着と継続
- ②成果に繋がるクイック査定
- ③クイック査定の進化向上

# クイック査定のバージョン①

## 「クイック査定の定着と継続」

### ✓オペレーション

対象（車検・点検・オイル交換・その他）  
タイミング（入庫・出庫・整備待ち）  
ツール（アンケート・ipad・予約シート）

### ✓体制と販売環境

役割・担当・人員・チーム・部門  
※販売メイン商品

### ✓意識

現場トップ（店長やマネージャーの関わり方が重要）  
プロセス（将来の成果や、成果を出すまでの数字や活動という理解）

# クイック査定バージョン②

## 「成果に繋がるクイック査定」

### ✓ニーズのキャッチ

「クイック査定額の反応」 そんなにつくの？ そんなもんか・・・ 無反応。  
「次回の車検は受けないor受ける」「あと〇〇年くらい乗る」 買替え予定・・・  
「次に購入するのはどんな車」 次の車も軽自動車かな・・・ 次は新車が良い・・・  
クイック査定時だけでも、お客様は、聞けばこれくらいの情報は簡単にくれます。

また、クイック査定の時でなくとも、こういったサインをお客様は出してくれます。  
知りたい事が何なのか？そもそも店側がわかっていない場合がほとんどです。  
だから、サインを出してもらえない質問ができないのです。  
サインを出してくれているのに大抵はココで「そうですか。」と話を終了してしまう事。

話が出来ているのは、今これを買いたい！と、手を挙げてくれている人だけ。  
それはニーズではありません。ニーズは、お客様もハッキリとわかっていないのです。

販売の新規来店のニーズの掴み方はもう少し複雑ですが、私たちが顧客に対して知りたいのは  
「お客様のカーライフ」と「いつまで？今の車を乗り続けるのか？どんな車に買替えるのか？」です。  
お客様自身がハッキリとはわかっていません。クイック査定を通じて、ココを教えてあげる事です。

# クイック査定バージョン②

## 「成果に繋がるクイック査定」

### ✓押し売りと親切の違い

押し売りってそもそも何??

不要なものを売る事です。

営業の方とたくさんお付き合いしている中で、「押しが弱い」と言われる方がいます。押しが弱い。と言われている人に質問すると、共通して言われる事は押し売りが嫌い。という返答です。

実は、押しが弱い。と言われている人のほとんどが、商談内容を見ると押し売りになっています。理由はハッキリしています。ニーズをわからず、提案や説明が進むからです。お客様は途中から断る理由を考え始めます。

ニーズがわかっているならば、提案や説明はもちろん決めて下さい。と伝える事や、押しまくっても、もはやお客様にとっては親切です。



# クイック査定バージョン②

## 「成果に繋がるクイック査定」

✓次の来店は続きから

- Q1:**クイック査定額の「反応が良かった」又は「反応が悪かった」お客様に、どんな話をしてあげればよいでしょうか？
- Q2:**買替えのタイミングが「次の車検は受けない」「次の車検を受ける」とお客様から言われた時、お客様に合った提案とは？
- Q3:**次回に購入するなら(例:軽自動車かな)と言われた時に、何をどこまですればよいでしょうか？

**A1:**良い反応の方は、今の車に愛着が薄れている場合が多く、買替えた場合のメリットを伝えておく  
反応が悪い方は、今の車を気にいってる場合が多く、メンテナンスや、钣金、コーティングなど、長く乗れる案内  
無反応の方は何も考えていない。又は、接客初期対応が失敗している。ので、買替予約のみしっかり取っておく  
※絶対ではありません。反応によって、Q2Q3の回答の参考にする。

**A2:**次回の車検を受けない場合は、今～最長6ヶ月以内に商談までしないと、競合になったり、他社で買替えの可能性があります  
次回の車検を受ける場合は、6ヶ月毎の意思確認と、クイック査定をし、車検になる場合は、乗る年数によってはしっかり整備提案を行います。

**A3:**次回の購入車種が、形、軽自動車か普通車、新車か中古車、などのイメージだけでもあれば、カタログ・現車・見積り、を見せる  
全くわからない、決まっていない場合は、最新の商品や、見せやすい、渡しやすいものを案内しておく。  
※とにかく見せてあげる事が重要です！見せた商品がお客様の比較基準になります。

# クイック査定バージョン③

## 「クイック査定の進化向上」

### ✓ミーティング

成果を出している、社員さんが高い意識、自主的、積極的、雰囲気の良い会社は、良いミーティングを必ずしています。  
また、そのミーティングは、頻度が多い分、内容は濃い分、比例しています。

意味あるミーティングの一番の効果は、課題や問題に対して当事者意識を持てる事です。  
「参加」している気にならないと課題や問題にすら気づく事ができません。  
細かい事を言うと、意味のある、会議、ミーティング、面談、の組み合わせです。

会社には様々な問題・課題がありますが、  
クルマ査定の窓口で必要なミーティング議題は、  
✓毎週の週間実績の確認   ✓毎日の商談内容のチェック   ✓毎月の商談フォロー です。

# クイック査定バージョン③

「クイック査定の進化向上」

✓ 数値管理

※

## クイック査定バージョン③ 「クイック査定の進化向上」 ✓商談管理

- ①当月：買替の検討、見積提示、カタログ説明、などの具体的な話を行ったものは当月に再来店促進
- ②1ヶ月後：当月の定義同様で、購入時期が未定、又は、当月に成約しなかったもの
- ③2ヶ月後：車検満了期限が カ月前のお客様 保険満期が5ヶ月前のお客様 ※仮予約のみ
- ④3ヶ月後：車検満了期限が カ月前のお客様 保険満期が6ヶ月前のお客様 ※仮予約のみ
- ⑤4ヶ月後：車検満了期限が カ月前のお客様 保険満期が7か月前のお客様 ※仮予約のみ
- ⑥5ヶ月後：車検満了期限が カ月前のお客様 保険満期が8か月前のお客様 ※仮予約のみ
- ⑦6ヶ月後：購入予定or車検予定 どちらか未定

※③～⑥の車検満了の案内については、クイック査定をキッカケで車検仮予約をもらったお客様もフォロー  
車検本予約のお客様には営業フォローは行わない。(整備フォロー)  
7ヶ月後以降のフォロー内容のお客様は、BOXに入れない

### ✓25日ルール

**25日**は、当月BOXのインタビューシートが全件電話できているか確認する

### ✓月初ルール

月初**1日**は、BOXの中身を1段ずつ上にずらします。

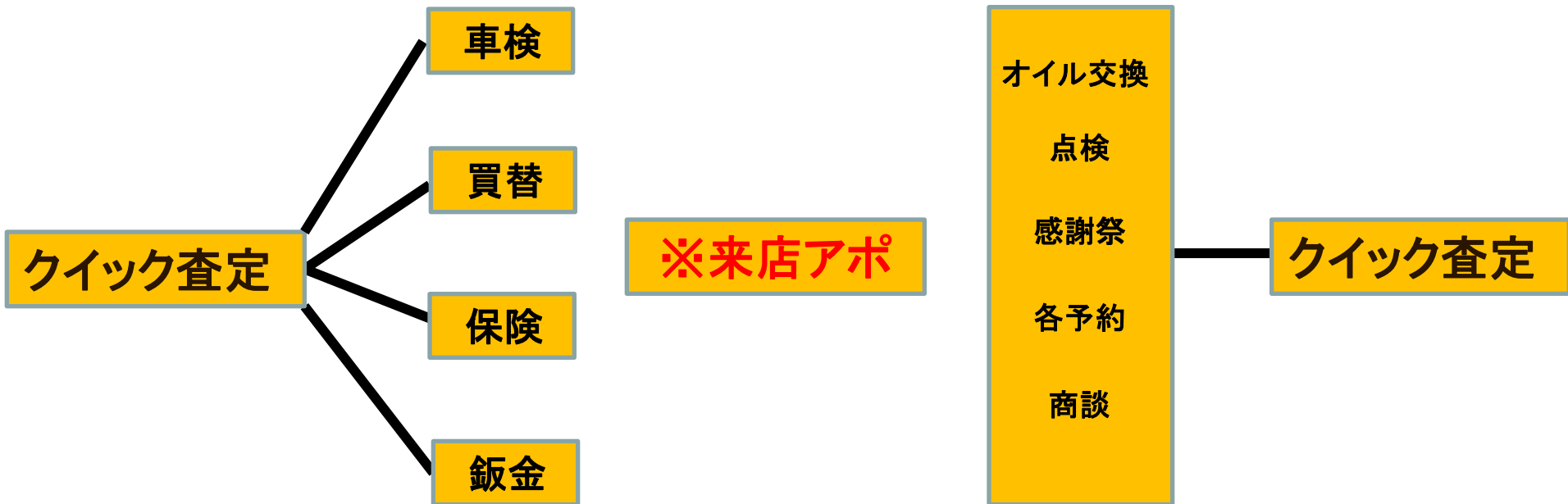
当月⇒当月 1ヶ月後⇒当月 2ヶ月後⇒1ヶ月後 3ヶ月後⇒2ヶ月後 4ヶ月後⇒3ヶ月後

5ヶ月後⇒4ヶ月後 6ヶ月後⇒5ヶ月後

当月に来店アポイントがとれなかったものは、引き続き当月BOXに残ります。

6ヶ月後BOXは月初に空になります

商談管理は、クイック査定後のインタビューシートをgoogleフォトへUPいただければ本部で随時チェックしてコメントを残します。



# トータルサポートについて

トータルサポートの話は、  
整備来店のみのお客様には  
ひびきません(^^);

# 聞いてもらう内容とタイミング

給油のお客様には、  
給油・オイル交換などの「会員化」

車検・整備のお客様には、  
次回の車検・オイル・点検・保険・買替の来店してもらう「予約」

車の販売商談のお客様には「トータルサポート」安心の案内



# 聞いてもらう内容とタイミング

案内する内容とタイミングを間違っています。例えば、預かり整備の入庫時に、車も販売しています！などの案内や、保険などの色んな声掛け、そもそも預かり整備の入庫時はお客様は急いでいる方がほとんどです。

断られる理由の大半は、お客様は不必要だから、店が嫌いだから、知り合いが居るから、ではありません。

「今はその話を聞きたくない」からという場合が非常に多いという事です。「いつ」「何を」お客様に案内するのが良いのか？内容とタイミングを決めておく事が大切です。

# 予約の定義

## 「買替予約」

⇒次回、買替えの相談約束

## 「钣金予約」

⇒次回、钣金修理の約束

## 「保険予約」

⇒満期3カ月前～当月、保険商談日の約束

# 実績のカウントについて

**「商談」と「成約」  
カウントを  
下さい！**

# ✓指標

対象：アンケート100% / クイック査定50% / 買替予約50% / 商談10% / 成約3%

## ✓クイック査定 ≥ 買替予約

クイック査定よりも買替予約のカウントが多く報告いただく場合があります。

買替予約をいただく際は、クイック査定額の提示(0円の場合も含む)をして下さい。

0円査定額の場合は「当店をいつもご利用いただいておりますので、買替えの際はその分頑張ります」

アンケート3項目のいずれかに○がついていれば「クイック査定」を行う

## ✓商談カウント ✓成約カウント

1. 過去に「クイック査定」を行っているお客様に、  
何かの見積を出した、お客様のニーズが出て、提案した、詳細査定をした場合、  
商談としてカウントして下さい。

2. 過去に「クイック査定」を行っているお客様に、  
販売や下取、買取をした場合、  
成約としてカウントして下さい。