

SNS(Facebook)を活用して新規顧客を獲得

有限会社愛自動車(愛媛県)

創業36年の自動車販売、整備・板金塗装業。メンテナンス技術が強み、来店頻度の向上に取り組む。

1. 相談のきっかけ

提携先銀行より八幡浜商工会議所サテライト相談の紹介を受け社長の奥さまが来所。

地域に密着した事業を行っており、整備技術が評価されて、昔からの顧客はいるが、売上は減少傾向。

新規顧客を囲い込んで売上を向上したい。

Facebook(以下FB)の活用で顧客とのコミュニケーションが取れると聞いたので取り組んでみたい。

2. 課題整理・分析

現状を分析すると、顧客が店舗に来店するのは、車検や事故・修理の時である。

既存顧客への情報発信として自社の手づくり新聞で情報を発信しているが、双方向のコミュニケーションを築くスピード感が不足している。

新規顧客に向けて情報発信を行い、自社の整備技術の強みや最新の車両販売情報の発信が必要である。

3. 解決策の提案

FBを通じて、地域に住まう友人を接点として、どのような事業をしているのか、といった情報発信により、地域の方とコミュニケーションをとることを提案した。



4. 成果

個人FB、FBページの作成の手順を、写真撮影、写真の掲載、紹介する内容の整理、運用方法を補助しながら完成させた。奥さまの新聞作成経験が活かされ情報整理はスムーズに運んだ。

記載内容について、FBページでは中古車情報、整備技術情報、社員の仕事への取り組みを、個人FBでは奥さまから見た旦那さんの仕事ぶり、地域のグルメ情報、観光案内を発信するという形で、FBページと個人FBが発信する情報を明確にし、棲み分けを行った。

完成後、個人FBの友人を通じてFBページに登録した方や地域の方から、中古車情報が掲載されると「車両を見たい」という書き込みや問い合わせが増加した。お店に来店した際に、FBの記事が話題となり、コミュニケーションが取りやすくなった。お客様の来店頻度が一カ月当たり数件ずつ増えている。11月に初めて展示車の販売につながり手ごたえを感じている。



<FB用撮影指導>



<手づくり新聞の情報整理>



<完成したFBページ>