

販促物も組織も情報整理で売上アップ！

当山自動車販売(沖縄県)

創業1961年、従業員12名、資本金200万円、自動車整備・板金・販売を営む。

1. 相談のきっかけ

相談者は、浦添市で創業したが、市の事業で土地収用にかかり現店舗が立ち退きとなり、平成23年に西原町に移転した。しかし、移転後の新転地で売上を作るのに苦戦しており、効果的な新規顧客やリピーター確保、また、社内業務改善のスムーズな実施について助言がほしいとのことで来訪した。

2. 課題整理・分析

○現状、新規顧客の獲得に向けては、店舗周辺へのチラシのポスティングを、リピート率アップに向けては既存顧客へのダイレクトメール(DM)を、それぞれ実施している。DMは車検・点検案内だが、サービスやキャンペーン情報が多く、本当に伝えるべき当社の特長が見えにくくなっていた。

○社内業務改善については、日ごとに班長会議や朝礼、終礼に取り組み「報・連・相」の環境を作るよう努力していたが、そもそも、当山社長自身の業務量が多く、業務管理やチェック機能の効率が悪くなっている状態であった。

3. 解決策の提案

○顧客のメリットや訴求ポイントを整理し、見たくなるDMIにすることが大切であることを伝えた。特に事業者のウリである、「次回車検で最大2万円引きとなる」「オイル交換のキャンペーン」「半年後の車検見積が無料」、「車の乗り換えを検討している方に新車・中古車の販売を提案できる」という点を、6カ月、12カ月、18カ月点検のタイミングに合わせ、見やすく配置・配布するようアドバイスした。

○チラシのポスティングについても、可能な限り読んでもらいたいという考え方顧客が手に取りやすい平日に変更することを提案。

○社内業務改善のために、まず社長が行っている仕事を洗い出し「業務の見える化」に着手。社長の役割を明確にし、業務を簡素化することを助言。

業務管理や決済業務をしっかりと行える仕組みを整え、それ以外はやめるか、他の社員の引き継ぐことで社内教育の一環にもなることを伝えた。

4. 成果

ODMとチラシを改善したところ、社長は「ほとんど反応がない状態から、「毎月数件ずつ効果が上がってきた」と話す。

○当山社長は意識向上や組織の活性化のために班長会議を行っていたが、逆に資料作成に時間を取られていたことに気づいた。資料づくりを簡素化し、朝礼や終礼での情報共有、共有の仕組みを簡単・確実にし、タイムリーに業務改善が行えるようになってきた。

○当拠点としては、当山社長の顧客や従業員に対する思いやりと真摯な姿勢が、目に見えて還元されるよう、今後も応援したい。