

GuestBook x SuperAliceM

どうしてGuestBook+SuperAliceMが必要なのか？

これからサービスステーションの本当の競争が始まる

①一見、国内資本の石油元売のみになってガソリンマージンが安定

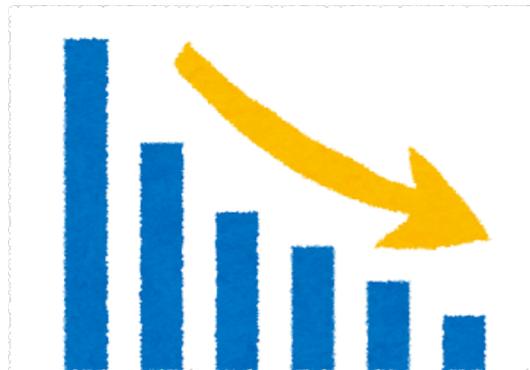
拡大



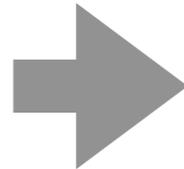
ExxonMobil

OUT

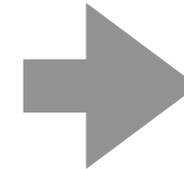
②しかし、本当にこのままのガソリンマージンが続くでしょうか？



人口減少でお客様減少



お客様を確保するための価格競争

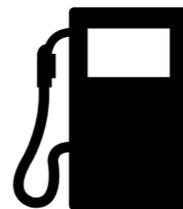


何もしないと負けます

③自分たちで確実に確保できる収益は『油外収益』以外にありません

収益 = ×わかりません

数量 = ●なんとかなる



収益 = ●なんとかなる

数量 = ●なんとかなる

自分たちの得意とする洗車整備で確実な収益を確保

どうしてGuestBook+SuperAliceMが必要なのか？

セルフサービスは、フルサービスとは全く違う

フルサービス = 強制対面型販売

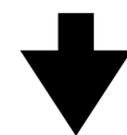
セルフサービス = 対面販売なし



声掛けには了承なし
声掛け100%



声掛けには了承が必要
声掛け20%



100台の販売成功率10%としたら



成功10台

成功2台



給油仕事のついでにできる

走り回って来店比98%に断られる

セルフサービスは、洗車整備の声掛けに新しい発想が必要

どうしてGuestBook+SuperAliceMが必要なのか？

新しい発想 = セルフサービスのあるあるから抜け出そう

そもそも誰に何の声をかけるのか？わからない。



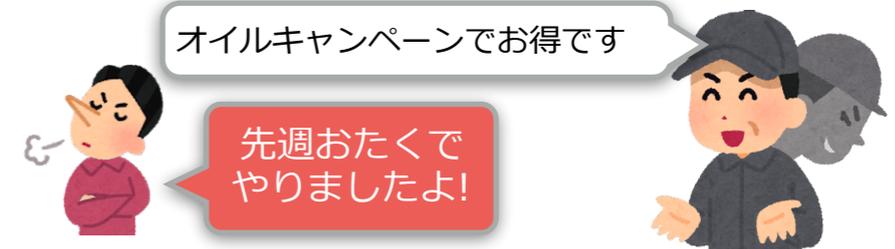
わからなくて立ち尽くす

仕方がないので、根性で声をかけまくる。



一日中できません

トンチンカンな声掛けしかできない



結果的に押し売りに・・・

初めての
ご来店だ!!



事前に情報があればOK

あの車が
チャンス



事前に情報があればOK

役に立つ
ご提案



事前に情報があればOK

新しい発想 = 人ができること と ITができること を整理する

GuestBookで、全てを新しく改善できます。

お客様にお役に立つ情報を 手のひらの中に!

車両を基に管理します。

●支払いツール記録

支払いツールを記録し確認して、お得なツールをご提案できる。

●車検記録

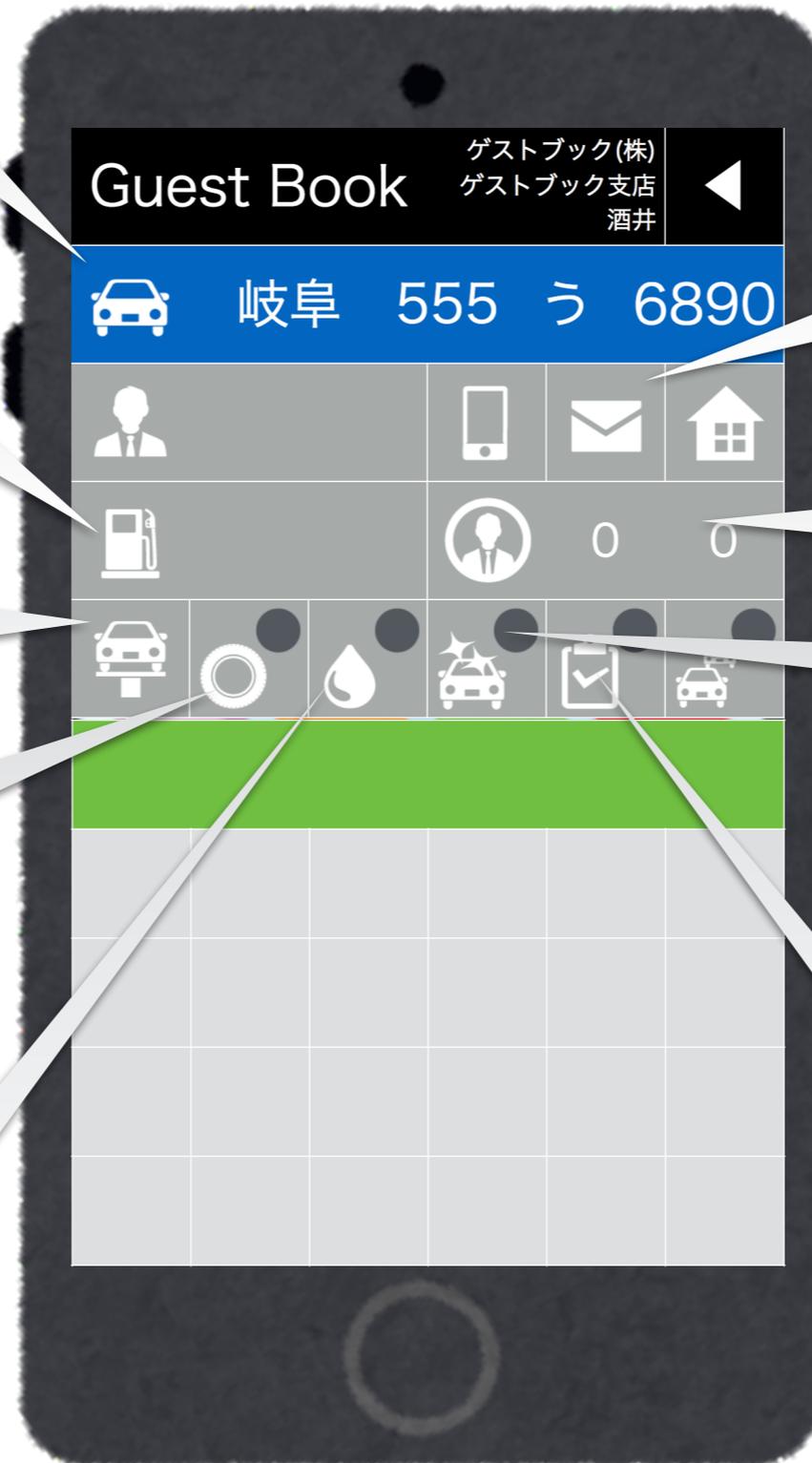
車検満了日を記録して、車検ご提案支援ができる。

●タイヤ記録

タイヤの状態を記録して、様々なタイヤから見積印刷が可能
タイヤ交換のご提案支援ができる。

●オイル記録

オイルの状態を記録して、様々なオイルから見積印刷が可能
オイル交換のご提案支援ができる。



●顧客コンタクト情報記録
SMS・メール・住所氏名まとめて管理でき、後方支援ができる。

●顧客マーク情報記録
顧客の特性などを記録できる。
カスタマーとシークレットを装備

●コーティング記録
コーティングの状態を記録して、様々な洗車から見積印刷が可能
ボディケアのご提案支援ができる。

●カーチェック記録
安全点検の状態を記録して、安全のご提案支援ができる。

しかしGuestBookは『魔法の箱』ではありません①

新しい発想 = いまままでの仕事を新しく構築する

今まで = SSマンは100%店頭で売るために待機している人？



- ①一日中売れそうなお客様を探し
- ②ワンチャンスでなんとか売る
- ③逃さないために急いで作業をする

余った時間で、
データを必死に入力
そのデータ使います？



今後 = IT活用とはデータサイクル連携が最も効率的

データ活用30%



データ入力30%



作業40%



洗車整備獲得

提案
する

見る

入力
する

見る

勝手にGB後方販促



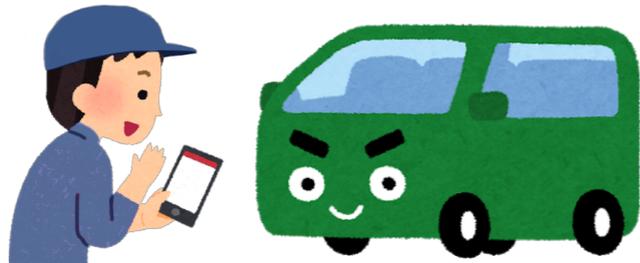
自動メール送信
自動DM郵送

しかしGuestBookは『魔法の箱』ではありません②

これからの仕事のやり方を（効率よく）変えましょう

GuestBookのみ

①常に来店車両を検索



②① GBにデータがない



再来店の策を実行



②② GBにデータがある



決めた油外策を実行



GuestBook+SAM

①常にコールを聞く



②GuestBookがお客様ごとの適切なコールをします



決めた策を実行



③更新され次に活用

結果を入力

③更新され次に活用



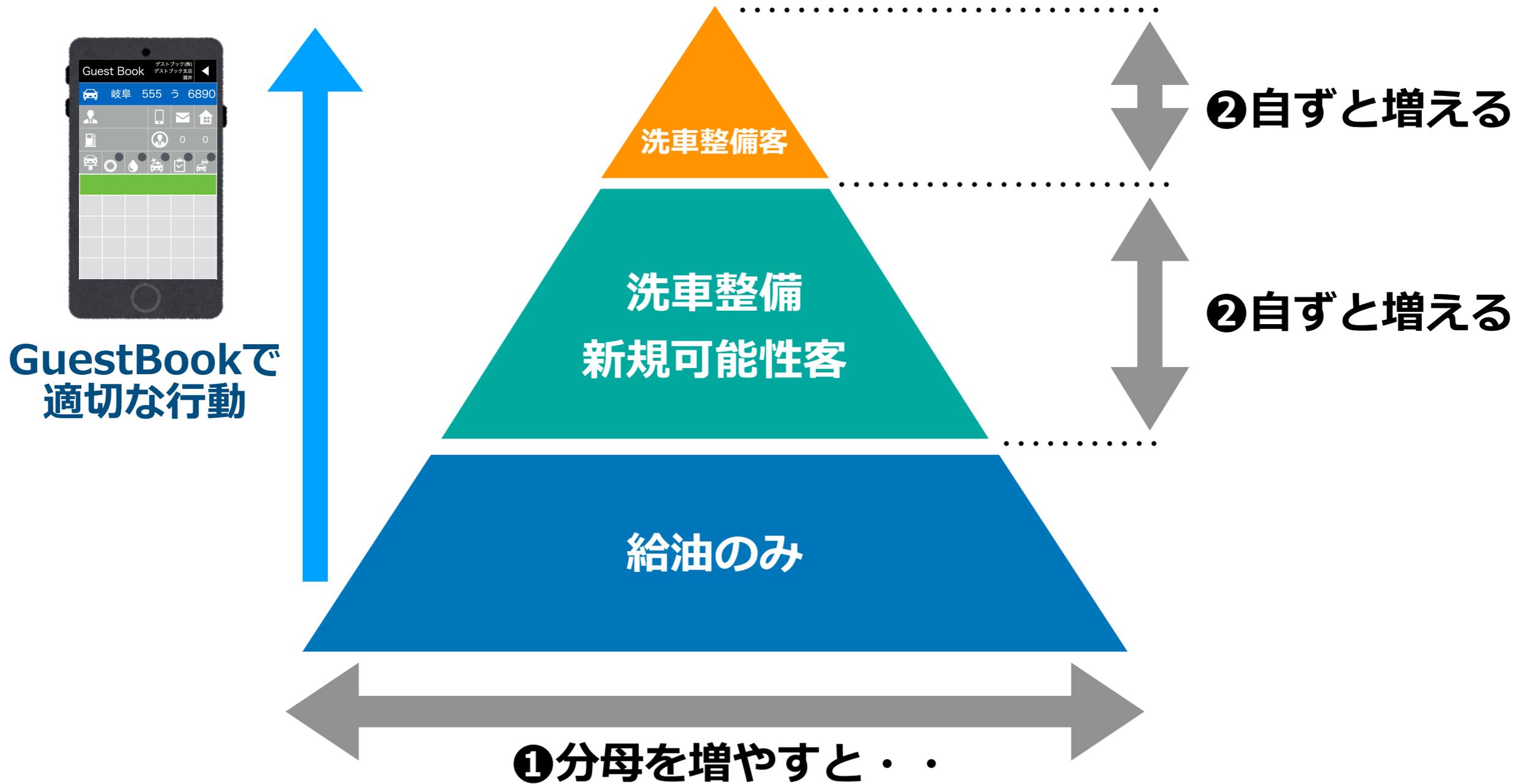
GuestBook × SuperAliceM

まとめ

- ①今後のセルフSSの差別化はデータの活用が一番人ができることとITができることを整理しよう
- ②データ活用には新しい仕事の仕方の構築が必要
やったりやらなかったりするのが一番無駄です
データはインプットとアウトプットの産物です

GuestBook+SuperAliceMにできること 燃料編

洗車整備を増やしたいなら、来店客を増やしましょう



洗車整備を増やしたいなら、来店客を増やしましょう

GuestBook+SuperAliceMにできること 燃料編

燃料増版をシンプルに考よう



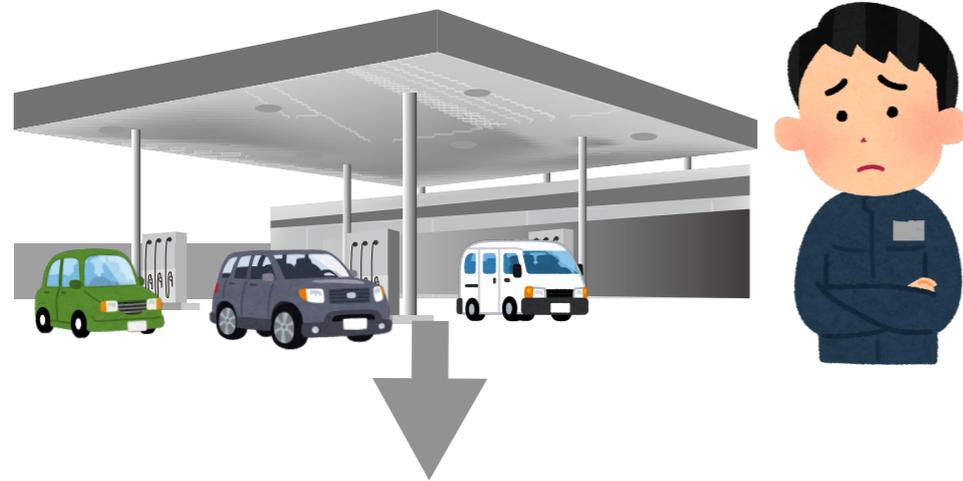
商売の基本は、また是非、来ていただきたいとの気持ち伝えることです。

そうしないよりは、そうした方が確実に再来店は増えるでしょう。下手なシステムより確実です。



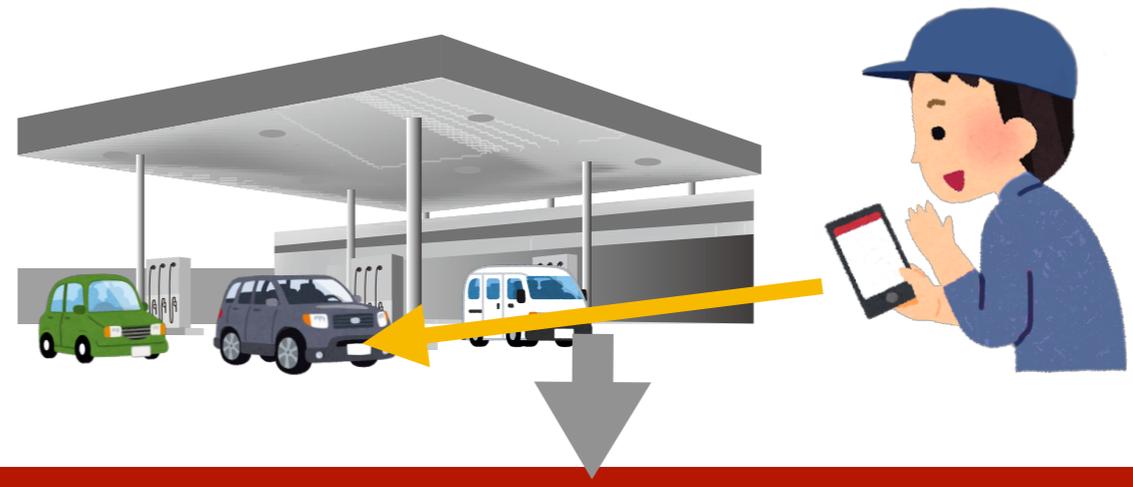
他SS とGB+SAM導入の場合の決定的な違い

他セルフSSは新規客がわからない。



×無駄な行動が多い

GB+SAMのSSは新規客が100%わかる。



確実に初めてのお客様のみに、お礼や割引券を配布できるメリットを活かすことができる

このメリットを100%活かせば燃料増版できます

GuestBook+SuperAliceMにできること 燃料編

SSの燃料増販はバスタブ理論の逆を行った方が効率的

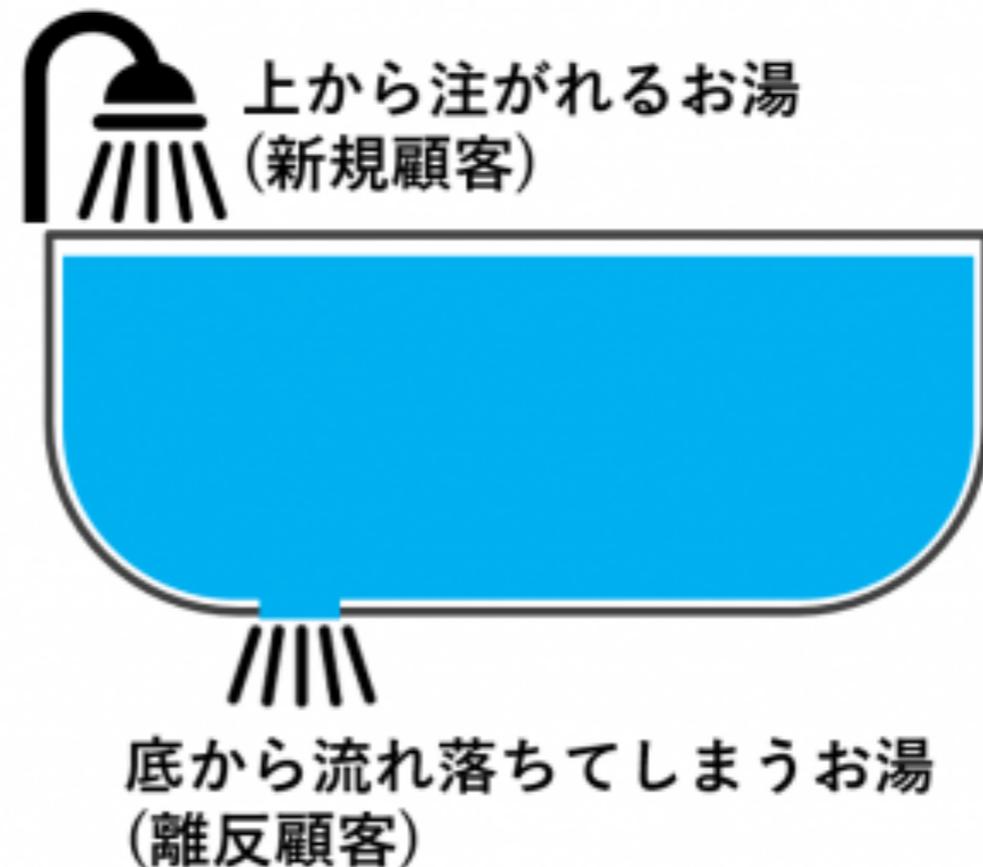
一般的なビジネスの『バスタブ理論』とは、上から注がれるお湯（新規顧客）を作るのは大変だから、顧客管理をして、底から流れ落ちるお湯（離反顧客）をなくしましょう・・・と考えられています。しかし、SSが扱っている自動車用燃料という商品を見た場合、離反顧客対策よりも、新規顧客対策の方がはるかにコストが安く、簡単です。

流れ落ちるお湯よりも、注ぐお湯を増やそう。

対応数×再来店率

データの活用
どうするといいいのか？

感謝は形に・・・



GuestBook+SuperAliceMにできること 燃料①

声をかけなくてもいい = 店頭のお客様をどうやって探すか？

GuestBookのみ

番号を入力

車番4桁で検索してください

1	2	3	4	5	◀
6	7	8	9	0	C

候補が出る

1

新規登録

地域指定	分類指定	かな指定
京都中	京都	333 す 1
京都中	京都	333 あ 1
京都中	つくば	333
京都中	函館	333
京都中	豊橋	110
京都中	豊橋	333
京都中	品川	333

常に来店車両を検索



Guest Book ジャンボ石油(株) 嵐山SS 管理者

- 車両を探す
- 車番自動検索
- 会員カードで探す
- 人を探す
- 伝票を探す
- 車両ログを見る
- LOG OUT

GuestBook + SAM

初めてののお客様ですとコール

最新の情報

車番	地域	分類	かな	時刻	移動
4	とちぎ	530	そ 5789	09:25	移動
5	とちぎ	500	め 2812	09:12	移動
2	とちぎ	50	け 2033		移動
5	とちぎ	580	そ 3002	09:10	移動
1	宇都宮	581	う 2195	08:56	移動
2	とちぎ	300	ぬ 5357	08:52	移動
1	とちぎ	480	き 2074	08:45	移動
4	とちぎ	330	と 3177	08:45	移動
5	とちぎ	580	ぬ 1069		移動

自ずとデータのない車両に当たります その場合は新規顧客です

スーパーアリスMが認証した車番が自動で並びます。移動を押すとその車に行けます。

GuestBook+SuperAliceMにできること 燃料①

マークの活用で新規顧客を固定客に

データの活用 = 始めてのお客様がわかりました。どうしましょう？



紙の割引券にする → デメリットをメリットにする
あえて3~6ヶ月ごとに、交換する。(安価なのでできる)
交換ごとに、お客様とコミュニケーションが取れるメリット

GuestBookのマーク機能を使う

あの車、割引券渡してないな



割引券使ってください



マークの割引券渡したボタンをON



割引券
配布済

以上で、割引券を渡した人は全部把握できます。
このボタンは、発生日から●ヶ月で消える機能があります

あの車、割引券交換時期だ



割引券交換しましょう



さすがね

マークの割引券渡したボタンをON



割引券
配布済

永久に繰り返せます



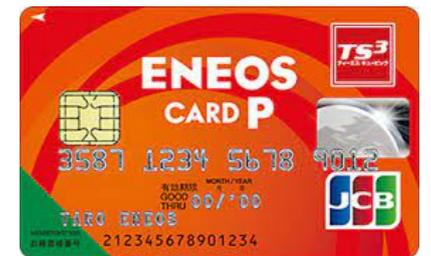
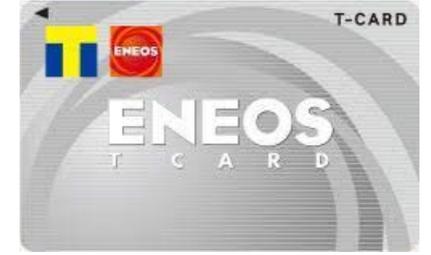
GuestBook+SuperAliceMにできること 燃料②

支払いツールの活用で来店客をより固定客に

ここに支払いツールが登録できます
 支払いツールを登録してあると次回わかります
 この表示を元に、来店されたら『何を』するのか？
 明確に決めておくことが、データ活用です。



<input checked="" type="checkbox"/>	現金フリー	現金フリー
<input checked="" type="checkbox"/>	自社プリカ	自社プリカ
<input checked="" type="checkbox"/>	シェルポンタ	シェルポンタ
<input checked="" type="checkbox"/>	一般クレジット	一般クレジット
<input checked="" type="checkbox"/>	イージーペイクレジット	イージーペイクレジット
<input checked="" type="checkbox"/>	イージーペイ不可	イージーペイ不可
<input checked="" type="checkbox"/>	スターレックス不可	スターレックス不可
<input checked="" type="checkbox"/>	ポンタクレジット	ポンタクレジット
<input checked="" type="checkbox"/>	スターレックス	スターレックス
<input checked="" type="checkbox"/>	イージーペイスターレックス	イージーペイスターレックス
<input type="checkbox"/>		
<input checked="" type="checkbox"/>	掛客	掛け客
<input checked="" type="checkbox"/>	その他	その他



データの活用

GuestBook × SuperAliceM

まとめ

- ①まずは燃料油を増やした方が洗車整備を増やせる
- ②他SSとの決定的な違いは100%新顧客がわかる
これを活かして、100%の固定化策ができる
- ③データを持っているならデータ活用方法が必要
例えば、『初めてののお客様』
例えば、『現金を使っているお客様』
どうやって、感謝を伝えるか？

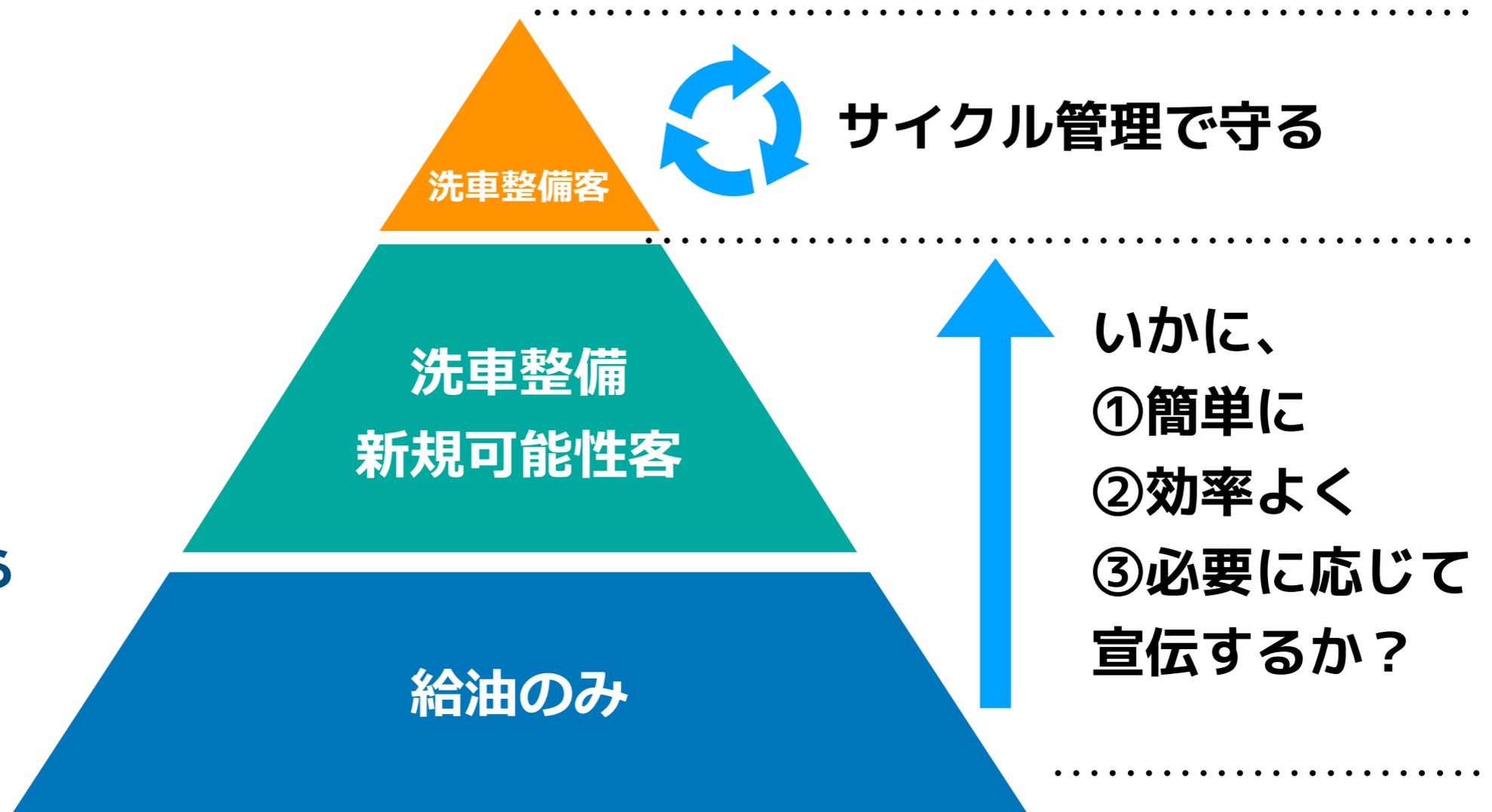
GuestBook+SuperAliceMにできること 油外編

既存油外顧客を守り 新規油外顧客も同時に作る

それぞれのお客様に適切な声かけをすれば



GuestBookなら
誰が既存で
誰が新規か？
全部わかります



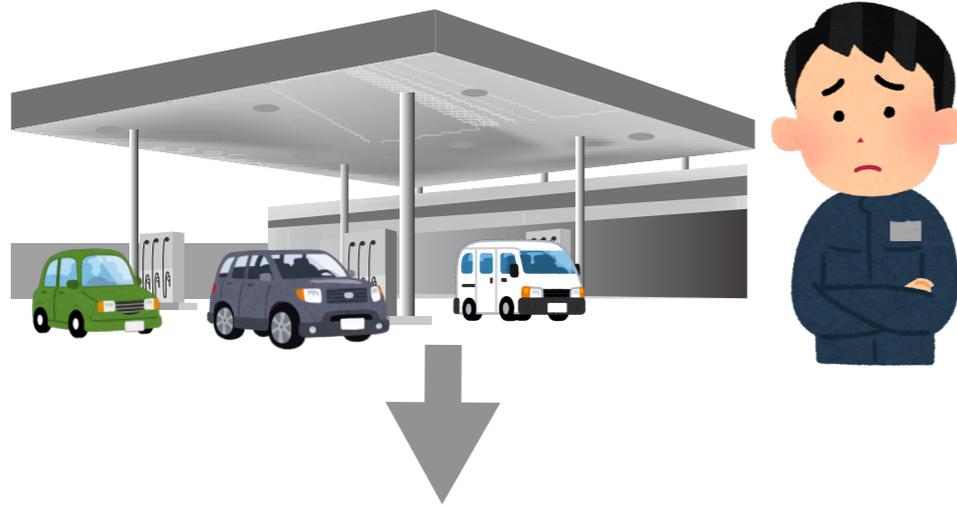
セールスマンではなく、お客様のアドバイザーになる

GuestBook+SuperAliceMにできること 油外編

宣伝を効率よくできるからこそITは素晴らしい

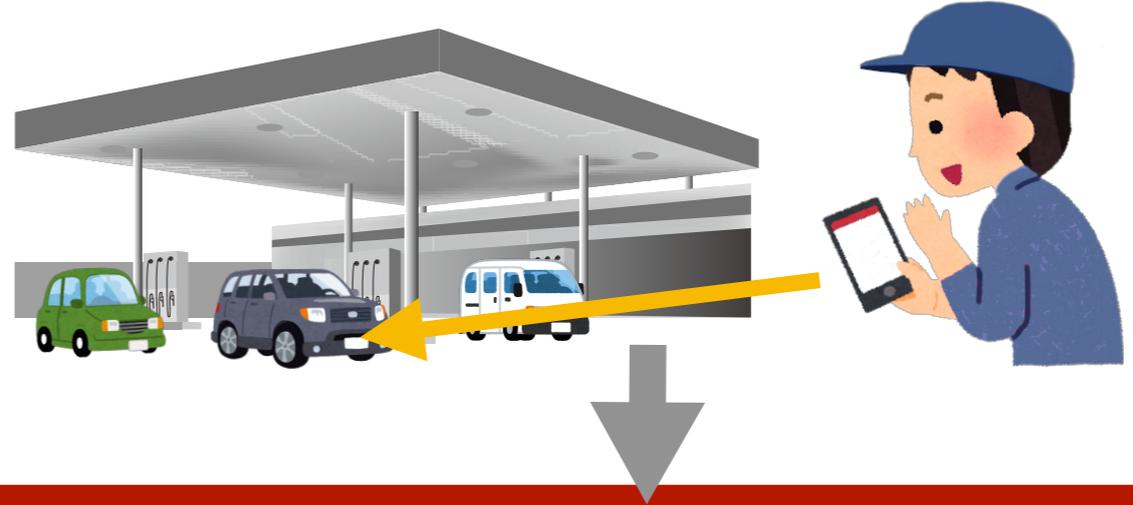
他SS とGB+SAM導入の場合の決定的な違い

他セルフSSは顧客要望がわからない。



×無駄な行動が多い

GB+SAMのSSはお勧め時期が100%わかる。



確実にお勧めお客様のみに、
①商品チラシや割引券を配布できるメリットを活かすことができる
②宣伝を継続して行くと、見込み客が増える

このメリットを100%活かせば油外増版できます

良い自社商品の宣伝さえ行えば、勝手に売れていくはず

GuestBook+SuperAliceMにできること 油外総合

油外商品ってどうやって売ってききましたか？それは非効率では？

①とにかく、走り回り。買ってくれる人を探す

②声掛けしても断られ続ける・・・

③説得・説得・説得セールスは粘り

④効率が良くない点検をサービスする



GuestBookは、楽しく効率よく働くためにあります

①必要なデータを集める

GuestBookに記録してしまえばこっちのものを全部覚えておきます。

- 車検満了日
- タイヤの残溝
- 次回オイル交換
- コーティング時期



データがあれば自動でDM →

②大量に宣伝をする

200KLSS	月間	1日当
顧客数	2500台	166台
オイル交換台数	417台	27台
KeePer台数	417台	27台
車検満了台数	83台	6台
タイヤ交換台数	70台	5台

③意向を聞く

この間お勧めした洗車どうですか



GuestBook+SuperAliceMにできること 油外総合

①お客様の情報を集める

車検

●車検満了月

指定された満了月前
を教えてください

●店頭運用

仮予約・本予約
を教えてください

●終了記録

前回車検顧客か？
教えてください

タイヤ

●サイズ

簡単に見積書
作れます

●点検

現在の残溝を登録
概算で次回交換日を
教えてください

●店頭運用

おすすめ回数を
教えてください

●終了記録

前回タイヤ顧客
次回交換日を
教えてください

オイル

●燃料の種類

簡単に見積書
作れます

●点検

リマUNDERコピー
確実に次回交換日を
教えてください

●店頭運用

おすすめ回数を
教えてください

●終了記録

前回オイル顧客
次回交換日を
教えてください

ボディケア

●Keeperサイズ

簡単に見積書
作れます

●目印

コーティングの
フォロー状況を
教えてください

●店頭運用

おすすめ回数を
教えてください

●終了記録

前回コーティング
次回施工日を
教えてください

GuestBook+SuperAliceMにできること 油外編

②大量に宣伝します



ガソリンを買いに来たお客様が、いきなり車検を勧められて買いますか？



A I D M Aモデル	
認知段階	A : Attention (注意)
感情情段	I : Interest (興味、関心)
	D : Desire (欲求)
	M : Memory (記憶)
行動段階	A : Action (行動)



まずは、商品宣伝を伝え考えてもらう。

記録に従って、意思確認をする。

×ワンチャンス
その場で販売を
成功させたい！



200KLSS	月間	1日当
顧客数	2500台	166台
オイル交換台数	417台	27台
PURE KeePer台数	417台	27台
車検満了台数	83台	6台
タイヤ交換台数	70台	5台

お客様
ご優待カード

毎日、これだけの宣伝をしたらむやみな声掛けより効果が上がると思いませんか？

お客様のアドバイザーは、まず自社商品の宣伝 → ③意向確認

GuestBook × SuperAliceM

まとめ

- ①セールスマンになるよりアドバイザーになろう
- ②他SSとの決定的な違いは100%油外顧客がわかる
これを活かして、100%のアドバイスができる
- ③情報を集め→大量に宣伝→意向を聞く