

あなたのお店、工場は、 お客様にとって入り易いですか？

お客様から見て入り易いお店、入りにくい工場はあります。

在庫促進、来店頻度向上の具体策を考える前に、自社の店構えやレイアウトはお客様の視点から見て、入り易いか、来店しにくい状態になってないか、十分考える必要があります。

一度お出で頂いたお客様に悪い印象を与えたり、不快な感情を持たれたらもう二度と来店してもらえません。とても良い感じを持って貰えたり、良い接客対応を受けたら「また来てみよう」「次もこのお店・工場に頼もう」と考えて頂けます。来店頻度が減っている原因の一つと捉えて「お店、工場作り」を見直すのも大切な視点です。

特に増加している女性客や高齢者の視点、ニーズを重視して研究しましょう。

お店、工場の現状を見直す4つの切り口

① 整理、整頓、清潔、清掃＝クリンリネス＝清潔なお店、工場にしよう

道路から車に乗って入ってくるお客様の目の高さで、もう一度自社を見てみましょう。

大きなお金を掛けなくても出来るのが「整理整頓、清潔清掃」です。

入り口表示、駐車場、事務所、工場、展示場、トイレ、ショーケース、商談コーナー、フロントカウンター、整備待合室、カタログスタンド、新聞ラックなど、全てお客様の視線で見直しましょう。

乱雑な配置、汚れたままの椅子、前客に使ったものがそのまま放置された机、古い新聞、よれよれのカatalog、どれをとってもお客様はうんざりします。女性客が最も嫌う光景です。



② 来客専用駐車場の準備、事務所への誘導、気持ちの良い挨拶＝入り易いお店の条件

初めてお出でになるお客様は「どこに駐車したらよいか」戸惑います。最も目立つ、止めやすい場所に「来客専用駐車場」が必要です。ここにお客様が来店されたら、最初に気付いた社員が気持ちのよい挨拶とともに事務所まで誘導しましょう。

戸惑い、気後れしているお客様にとってもよい印象を持ってもらえる行動になります。

③ お客様の名前と顔を覚えること、自分の名前も覚えてもらおう

お客様の名前と顔を覚える、自分の名前も覚えてもらう、親しいお付き合いはここから始まります。「お名前と呼びかける、会話の中に何回もお名前を出す」その名前をよく覚える。

自分の名前もしっかりと覚えていただく。

お互いに名前を呼び合う関係構築が親しくなる前提です。

いつまでも「お客様」という呼び掛けでは深く長続きする人間関係は出来ません。



④商品一杯、情報一杯なお店、工場にしよう

車検だけが商品だと2年に一回来店すればよい専門店になってしまいます。カーライフに有益な商品や情報が一杯あれば、再来店を促すきっかけになります。規制緩和で法定整備商品が減っている現状から、お店、工場は魅力的でお買い得感があり、お客様に「欲しいと思われる」サービス商品を沢山作り提供する必要があります。買いたい商品、知りたい情報がもっと沢山あればお客様は何度でも来店してくれます。



<今日も受け入れ準備は万全か=チェックリスト>

お客様を気持ち良くお迎えする準備は、毎日根気よく続けなければ効果は上がりません。一度きれいにすればそれでよいというものではなく、毎朝「今日も万全か?」チェックする必要があります。下記のチェックリストに自社特有の項目も入れて活用しましょう。

	項 目	日	日	日	日	日
		良・否	良・否	良・否	良・否	良・否
①	来客専用駐車場は確保されているか					
②	「フロント」表示は良く分かるか					
③	入り口までの通路は確保されているか					
④	受付カウンター上は整理されているか					
⑤	商談コーナーは綺麗か					
⑥	必要なカタログは揃っているか					
⑦	必要な書類は全部あるか					
⑧	屋外は整理整頓されているか					
⑨	屋内は整理整頓されているか					
⑩	屋外看板は壊れたり、汚れていないか					

●自社特有の項目も付け加えて活用しましょう
(チェックシートは20ページにあります。)