

法定12ヶ月定期点検、 入庫促進のためのいくつかのアイデア提案

法定点検をお知らせすると「法律で決まった点検だから」と入庫するお客様もかなりいらっしゃると思います。しかし全体の入庫率の低さを考えると、更に研究と努力が必要です。

この章では「法定12ヶ月定期点検」の入庫促進方法、入庫率アップ、商品価値向上に効果がある5つのアイデアをご提案したいと思います。

①車検実施時に「翌年12ヶ月定期点検入庫」に特典を付与する方法

専業兼業では車検をやって頂いたお客様の15.5%しか、翌年定期点検で入庫していない現状ですので、車検を実施したときに、翌年の定期点検入庫に何か特典を付与する方法があります。「連続入庫累進割引」「オイル交換無料券配布」「洗車〇回サービス」など自社で採用可能な特典を研究しましょう。

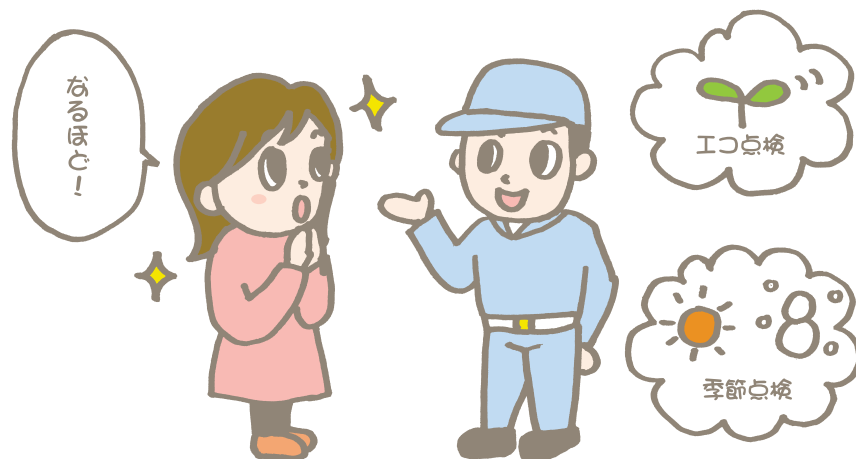
②前項と逆に点検入庫客に対し「次回車検に特典」を付与する方法

点検に入庫して下さったお客様に対して、「翌年実施しなければならない車検に何か特典を付与」する方法で、これは点検を実施したメリットと考えて頂けます。

車両法でも、法定点検時の整備箇所について次回車検までの走行距離によっては点検や整備を省略できる場合もありますので次回車検が安く済むメリットも強調できます。

③オイル交換や一般故障入庫の機会を捉えて法定点検を同時実施して安く済ませる方法

オイル交換や一般修理、臨時故障で入庫したお客様に対し、丁度定期点検時期と重なる場合、「法定12ヶ月定期点検」の同時実施を提案する方法もあります。車検と違って、11ヶ月目であっても、13ヶ月目であっても点検は提案できますし、入庫時の仕事内容によっては点検を安く済ます方法もあり、お客様にとって一度で用が済むメリットもあります。



④ エコ点検項目も入れて12ヶ月法定点検を商品化する方法

女性客や高齢者を中心に環境問題に強い関心を持つお客様も増加しています。このようなお客様には、法定点検項目に自社独自のエコ関連点検整備項目を加え、「エコ点検付き法定点検」として提案する方法もあります。エンジン内部洗浄、オイル系統、排ガス点検にエコを意識した項目を加え、環境に対する貢献をアピールする点検商品は時代にマッチした商品です。

④ 季節点検、法定点検を含む「長期メンテナンスパック」を開発し、販売する方法

ディーラーにおける点検実施率が高い原因の一つは、新車、中古車販売時、及び車検実施時に法定点検全てを含む長期メンテナンスパックの併売率が高いという、専業兼業にない特殊な事情があります。

オイル交換、ワイパーゴムやエレメントなど消耗品交換、季節点検、法定点検そして車検を含むメンテナンスパックを自社開発し、できる限り多くのお客様に新車、中古車を販売した時、車検を実施した時に併売しておくことで顧客固定化にも役立ちますし、来店頻度は劇的に増加しますし、点検入庫も車検獲得も完全に100%可能になります。

専業、兼業にとって開発の手間暇は掛かりますが、法定点検獲得に最も効果的な方法として早急な研究をお奨めします。

法定12ヶ月点検・入庫促進のアイデア

① 連続入庫割引

(車検時、翌年の定期点検入庫に特典)

② オイル交換や一般整備入庫時に点検実施

(定期点検時期と重なる場合)

③ オリジナル12カ月法定点検の商品化

(エコ点検付き法定点検)

④ 長期メンテナンスパックの商品化

