

[DSPフォローアップSS] 年間販売計画実践編

ターゲットを絞った告知活動で  
洗車目的来店客の新規掘り起こし成功!

有限会社山崎石油 清水SS様

所在地 鹿児島県霧島市国分新町894-1 正社員 2名(+アルバイトスタッフ)  
立地 主要道路沿線住宅地 来店台数 約7,500台/月



有限会社山崎石油様はエネクスグループの九州における有力特約店として、鹿児島県内にセルフSSを3箇所、フルSSを4箇所、計7箇所のSSを展開しておられます。清水SS様は鹿児島空港から約20分、錦江湾の北側、霧島市国分に位置するエネオスマークのセルフ店で近隣には

元売系のSDや、地元のSDのセルフ店があります。今回、ドライブスルー機の入替と同時に、洗車を切り口にした増客&油外収益の向上を検討していた中、当社の提案から洗車機リニューアルを機にDSPを導入、新規顧客の開拓に挑戦することとなりました。

商圈分析・新規優良顧客獲得

DSP商圈調査分析を行うまで自SSの商圈について漠然としたイメージはあったものの、分析結果を見て県内その他の地域に比べかなり特色の強い地域であることを再認識できました。

まず、予想以上に持ち家比率が少なく、同時に1人世帯が多いことが判明。その要因の一つに大学が近隣にあることは理解していましたが、思った以上に働く独身貴族が多いことが判明しました。

DSP分析情報の「居住者特性を分類したMAP」「世帯比率からの特性」といった項目等で、商圈内にソニー、京セラといった大企業の工場があり、そこで働く方たちの社宅、特に独身寮が集中している地域であること。さらに、一人当たりの消費支出額も県内平均より多

いことが分析結果から明らかになりました。これらの分析結果を勘案し、今まで行っていたプリカ販売のキャンペーンを強化することとともに、風向きによっては桜島の降灰が多い日もあるので集客も兼ねて実施していた「土日ドライブスルー水洗い100円」の割引顧客サービスも合わせて継続することに決定しました。消費支出が高い特性を活かし、洗車機のコーティング関連コースやキーパー関連商品にも注力し、増客と洗車収益の向上を図ることとなりました。



ターゲットポスティングで認知度アップ!

自SSの特徴は、広い敷地を活かして「給油」と「洗車」の導線が分かれていて「洗車だけでも来店しやすいSS」というメリットがありました。今回洗車機の入替で近隣のSSに先駆けて光沢・撥水・効果長持ちを可能にした「ビーナスガード」を導入することで、今までに無い洗車をアピールすることがポイントと判断しました。

それには、新たなお客様に対し直接的な告知をしていくことが必要と考え、地域や住民特性にターゲットを絞った告知を行い、とにかく来店していただくことを最優先に、定期的なポスティングを販促の柱にすることを決定。DSPの分析マップを参考にしながら、毎月配布日を決め、早朝に社員が交代でポスティング活動を継続しており、新規洗車客を獲得しています。

(次頁へ)

有限会社山崎石油  
清水SS様

前年対比実績 売上192% 台数132%



新規客の固定化・ランクアップにはアテンドが有効

昨年11月に洗車機入替後、4月までの月平均で収益実績は前年対比192%の575,910円、台数では132%の1,718台と好調です。特に天候等の影響もあってか、4月は2,325台の洗車台数を記録し、顧客数は着実に増えてきています。

仕上げ場で拭き上げをしているお客様に話を伺うと、「新しいお客様や、口コミで聞いて来てみた」というお客様も多く、思惑通り「ビーナスガード」やオプションで選べる「追加洗い洗い」(洗車コース+1往復)が大変好評となっています。

また、初めてのお客様が洗車をされる時には出来る限りアテンドを実施し、操作の説明はもちろん、コースの説明をしてコーティングの必要性のアピールも欠かさずに行っています。地域特性では水洗い比率が高く、洗車機洗車の単価を上げる為に、「ビーナスガード」を初めとするコーティングコースの効用が不可欠。「洗車内容を分かりやすく告知するPOPが必要」との指摘もあり、「効能告知看板」の設置を計画中です。

毎日の収益管理共有で意識改革

現在、ダイフクプラスモアの協力のもと、洗車については毎日の収益管理・台数管理を細かく実施中。洗車メニュー別の管理はもちろん、その日の天気やこの地区特有である桜島の降灰情報等を記録し、定期的にダイフクプラスモアとメールでやり取りし、意見交換をしています。

時に現場では見落としがちなアドバイスもあり参考にしてはいますが、それ以上に日々の数字を現場スタッフや本社(社長)まで共有することで意識が高まっていることが大きく、「取組姿勢が変わってきた」と感じています。

洗車場管理表

高額洗車獲得でさらなる収益向上を!

現在洗車のお客様が増えていることは大きな財産と感じていますが、悩みは洗車台数の割には単価が低く、収益効率が悪いことです。そこで、キーパー関連商品に取り組み、4月にはキーパー研修に参加し、2名がキーパー検定1級を獲得。年内には、月平均でもセルフドライブスルー機と併せ洗車収益が100万円を伺える実績を上げることを目指しています。

そのためには「技術力や告知力の継続が肝心である」と感じています。ダイフクプラスモアの「インストラクター」制度を利用し、洗車を中心とした「安定的な収益の確保」が目標です。



広々とした屋根付仕上げ場が完備

～稲富マネージャー様談～

今の所、洗車関連は台数、売上共想定以上に伸びていますが、ハイブリットや低燃費車が増えている現状もあり、燃料が減少傾向にあります。燃料依存を脱却する為にも洗車を軸にした来店客の増加・顧客数の確保が必要で、現在のポスティングを初めとする告知活動は継続していかねばなりません。

同時に収益力を上げる為に、キーパー関連を軸とする高額洗車やアラカルト洗車、その他のメンテナンス収益力の向上にも継続的に取り組み、将来を見据えたSS作りを目指したいと思っています。



前列右から、スタッフの春山様、稲富マネージャー様、ダイフク担当 関山社員