あまもっちゃんが行く 業界★ホットスポット

[文・写真]
天本 智美
Tomomi Amamoto

九州在住のライター・あまもっちゃんが「いまコレがアツい！」と、話題のスポットや物事を取材。裏側に隠された“熱い想い”も交えながらその魅力を紹介していく。

今月のスポット 島石油の「お役立ち営業強化」

（熊本県八代市／島 興一社長）

コンサル会社と提携しお役立ち営業強化へ

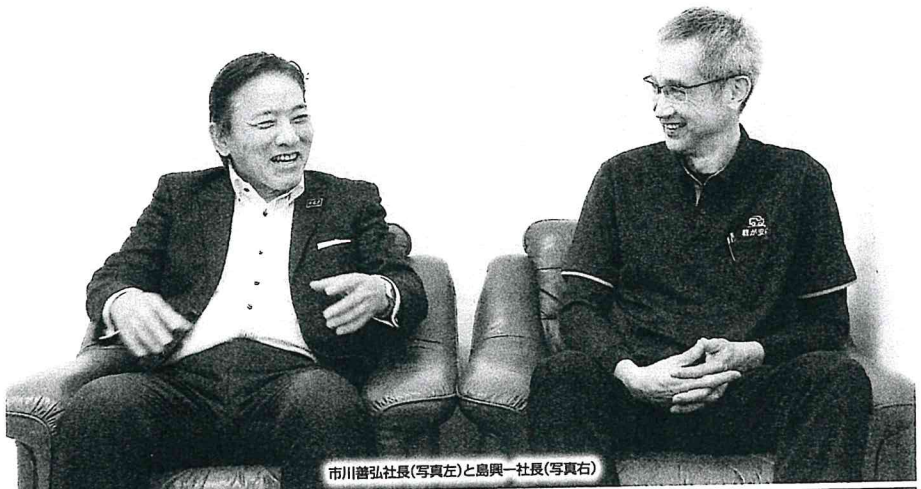
熊本県八代市内に3つのSSと車検センターを構える島石油。島社長は「EV車両の増加や少子高齢化が進む将来、燃料油収益は間違いなく減り続ける」と考え、早い段階から立ち合い短時間車検の「シマ車検」をはじめ、低金利ローン車両販売・カーコンビニ倶楽部・ニコニコレンタカーなど、先手を打って油外収益拡大に挑んできた。

しかし、今以上にロイヤルカスタマーを増やすためには、商品やサービスを単に提案するだけでなく、顧客視点に立ち的確なアドバイスを提供する対応力の向上が必要だと考えていた。

そんな時出会ったのが、車販拡大・車検拡大・自動車保険拡大に特化したコンサルティング会社のブレインコーポレーション（本社東京都／市川善弘社長）だ。

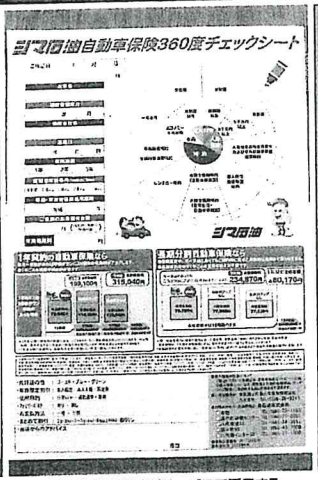
市川社長と島社長はすぐに意気投合し、様々な相談をする仲に。そうして辿り着いたのが、これまで強化していなかった自動車保険の分野である。とくに自動車保険の強化には島社長が必要と考える顧客対応力の高いスキルも求められる。そこにブレインコーポレーションの提唱する「自社アピール＆証券診断サービスによるお役立ち営業の実現」がマッチし採用した。

ブレインコーポレーションの社員教育は、まず自社の強みをしっかり伝える「自社アピールシート」を活用し、徹底したロールプレイングによる卓越したスキルの習得にある。「お客様は、島石油が何をできるのか知らない。給油・車検だけのSSと思われているかもしれない。だからこそ、お客様に自社アピールシートでしっかり説明することが重要」と市川社長。

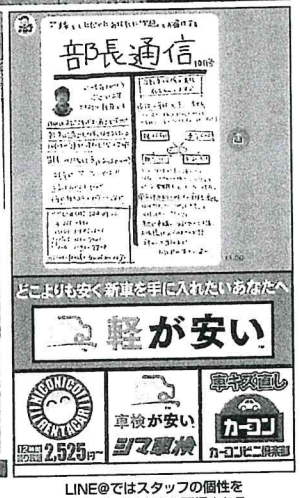


市川善弘社長（写真左）と島興一社長（写真右）

企業の強みを可視化する「自社アピールシート」



自動車保険証券診断サービスで活用するチェックシート



LINE@ではスタッフの個性をアピールする内容も配信される

ロールプレイングに関しては島社長も「同じ内容にしても、話の順序・話し方・表情・身振り手振りなどを変えるだけで随分と印象が異なる。厳しいものではあるが、社員自身にも自信がつき、とても良い効果が得られていると感じる」とのことだ。

ロールプレイングを習得したら、次は「自動車保険証券診断サービスの顧客対応スキルアップ訓練」へと進む。顧客の80％以上から自動車保険証券を見せて頂くことを目標に、お客様から本当に必要とされる補償内容をアドバイスし、顧客のために社会的使命感を持って証券診断サービスを行うことである。

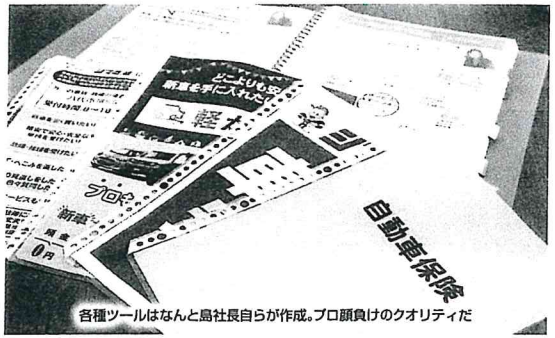
この厳しい訓練を習得すると「伝道師」として認定され、顧客対応力の高いスタッフとして認められる。島社長が必要と感じたスキルを、目に見える形で社員が習得したことが分かる

業界★ホットスポット

のだ。

島石油ではこの4年間の間に4名の「伝道師」が誕生している。その結果、顧客からも支持され続け、年々新規件数が増えてきているという。

また、自動車保険強化のみならず、当時まだ普及していなかったLINE@の取り組みやのぼりの工夫などもブレインコーポレーションから提案を受け、効果が上がっている。

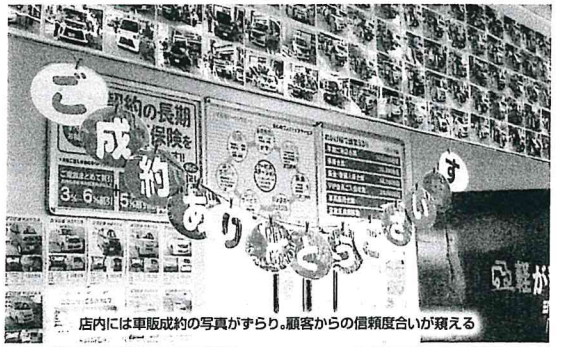


各種ツールはなんと島社長自らが作成。プロ顔負けのクオリティだ

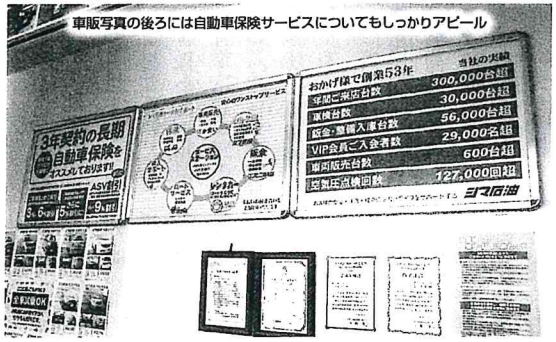
伝道師になった社員を直撃

実際に研修を経て「伝道師」となった2名の社員へ話を伺った。同社の田中町店SS・市場SS店の統括部長である梶原幸男さんは「ブレインコーポレーションさんから4年間指導を受けてきたが、お客様対応力のレベルが格段に上がったと感じている。これまでは説明という感じだったが、コミュニケーションを取りながら相談という形式になっており、営業色は薄めつつも契約に繋がっているのは良い傾向だと捉えている。特に自動車証券診断サービスを行って分かったのが、長年ずさんな内容の保険に加入している方や補償内容・契約内容を把握していないお客様が多く見受けられる。証券診断サービス後は喜んで頂け、こちらも嬉しく感じる。また、自社アピールシートによる自社サービスの説明はお客様の反応も非常に良く、全店で車販・車検・板金などの拡大にも繋がってきている。当初はロープレを甘く見ていたが、研修を受けて俳優になるつもりで努力することが必要だと痛感した。上得意のお客様でも当社のサービスが周知できていないことを改めて実感しているので、今後もSSの使命として安全・快適・経済的なサービスを提供していきたい」と語る。

270cmのビッグサイズのぼりを採用。沿線道路からも目を引く

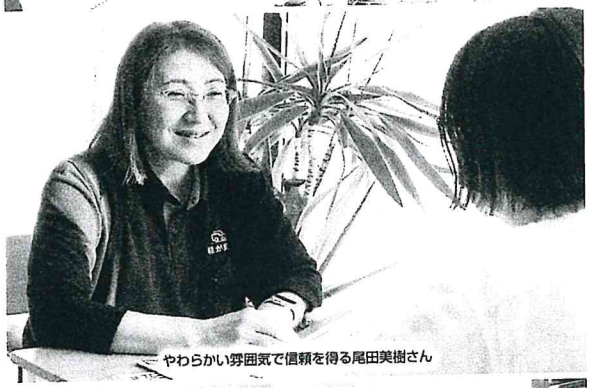


店内には車販成約の写真がずらり。顧客からの信頼度合いが窺える



車販写真の後ろには自動車保険サービスについてもしっかりアピール

誠実な姿勢が支持されている梶原幸男統括部長


やわらかい雰囲気で信頼を得る尾田美樹さん

梶原幸男さんは「ブレインコーポレーションさんから4年間指導を受けてきたが、お客様対応力のレベルが格段に上がったと感じている。これまでは説明という感じだったが、コミュニケーションを取りながら相談という形式になっており、営業色は薄めつつも契約に繋がっているのは良い傾向だと捉えている。特に自動車証券診断サービスを行って分かったのが、長年ずさんな内容の保険に加入している方や補償内容・契約内容を把握していないお客様が多く見受けられる。証券診断サービス後は喜んで頂け、こちらも嬉しく感じる。また、自社アピールシートによる自社サービスの説明はお客様の反応も非常に良く、全店で車販・車検・板金などの拡大にも繋がってきている。当初はロープレを甘く見ていたが、研修を受けて俳優になるつもりで努力することが必要だと痛感した。上得意のお客様でも当社のサービスが周知できていないことを改めて実感しているので、今後もSSの使命として安全・快適・経済的なサービスを提供していきたい」と語る。

田中町車検センター勤務の尾田美樹さんは「お役立ち営業は、当社の理念でありお客様に喜ばれる対応を心掛けてきました。そのなかで、以前は保険に対して難しいという考えが先行し、あまり得意分野ではなかったのですがブレインコーポレーションさんの研修・指導のおかげで保険への理解度が深まったのはもちろんのこと〝伝え方〟という武器が新たに備わったと感じています。とくに私は全店からの車検・点検対応という立場なので、車検出庫説明時にいかにお客様へ理解していただけるかが重要になってきます。そして、当社のアピールができるチャンスでもあるので、市川さんからご提案頂いた自社アピール文書を活用してしっかり告知し、車販などの購入希望に繋がっているのは嬉しいですね。また、証券診断サービスでは〝ありがとう〟とお客様に感謝されることがモチベーションになっています。以前にもまして人と接することが好きになりました」とのことだ。

市川社長による研修の様子。ロープレ中は緊張感が走る

現在もさらなる伝道師の誕生に向け研修が続いているという同社。今後も顧客満足度を高め、地域に根差したSSを目指していく。