

ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。

## 「車生活支援サイト」トップページをリニューアル！ビジネスチャンス拡大にご利用ください！

当社の運営する「車生活支援サイト」がよりパワーアップしました。トップページに修理相談やパーツの探しているユーザーの最新情報5件が表示されるようになりました。スピーディーな対応でユーザーとの接点作りにお役立て下さい！

<http://www.raptokyo.com/>へすぐにアクセス！

## NEWS

K-CAR スペシャル VOL.121  
(軽自動車専門誌2月21日号)

立風書房発刊

当社ホームページが紹介されました！

(P157)

## 今年も続く不況の風… 集客率アップのために行うべきことは何？

\*\*\*\*  
第一回  
\*\*\*\*

去年に続き厳しい状況の続く中、新年がスタートして一ヶ月が経ってしまいました。「ヒマだねー」「景気が悪いよね」という声を聞くのも挨拶代わりのようになっています。

新車販売台数が減少し、車検・钣金塗装などのサービスがディーラーやガソリンスタンドがスタートしている中、集客率のダウンは避けられない状況です。もちろん、競争が厳しくなっているのは、自動車業界だけではありません。各職種で、サービス競争・価格競争は過多になりつつあります。

それは、単にデフレ経済だけの影響には思えません。ユーザーがたくさんの情報や、様々な知識を簡単に得ることができるようになり、サービスと比較することができるようになった…というのも大きな要因ではないでしょうか？インターネットの普及は、止まるどころか、サービス競争によりどんどん値下がりし、どの家庭でも簡単にインターネットに接続することができるようになりました。

自動車を買う、車検をとる、修理をする、ドレスアップをする、

## 【コラム】

今日、事務所にいると 急便の人が飛び込み営業にやってきました。「急便のと申しますが。」と言いながら、恐る恐る事務所のドアを開けて挨拶。荷物があつたらお願いしますとのことだが、「そんなに荷物は無いんですけど」というと、「何かあれば、携帯に電話してください！すぐに伺います」と名刺ではない怪しい紙を一枚渡された。紙には、直筆で名前・プロフィールなどが紹介され、汚い字ではあったけど、何だか心のこもった内容に思わず、「自分で作ったんですか？」という「はい」と恥ずかしそうに応えた。カラルなサインペンで書かれたその名刺(?)は、すぐに捨てられず、事務所に張られている。これだけでも、彼の(会社の?)営業方法は成功ではないだろうか？

最後まで読んでいただきありがとうございます！



いままでは、当たり前のようにディーラーや長年、付き合いのあった整備工場へ向かっていたユーザーが、最も良いサービスを比較検討し、自分にあつた場所を見つけて出そうとしているのです。逆に考えれば、これは大きなビジネスチャンスとも言えます。ユーザーへの広告宣伝の方法に限られている中小企業にとって、ユーザー自らが自動車整備工場を発掘しているとも考えられないでしょうか？実際、各自動車業界のホームページを閲覧すると、整備工場を探すユーザーがたくさんいるのです。「ディーラーは高い」とか、「钣金は直接、依頼した方が安く仕上げもいらしい」とか「自分の車をよく理解してくれる専属メカニックのような整備工場が欲しい」など。当社にも自らサイクルパーツを発売して、取り付けをしてくれる工場を紹介して欲しいなど数年前では考えられなかったような要望もあります。ユーザーは、自分の車を適正な価格で、よりよいサービスを受けるために様々な方法で情報収集をしているのです。

いままでのように、店を開けて看板をたてているだけでは、このようなユーザーを獲得することはできません。御社のサービス紹介や長年培ってきたノウハウや技術、経験をアピールし、ユーザーとの接点を増やしていかないと集客アップはあり得ないと言えるでしょう。次回、あるショップがはじめた集客アップ方法をご紹介します。