



お客様にホイールロックを漏れなくおすすめるために、新車の見積書のオプション・付属品明細欄にホイールロックが自動的に記載されるように営業用タブレット端末を設定している。

車装着率を営業スタッフの社内コンテストの評価指標のひとつに採用している。
社内コンテストの対象用品にはナビやドライブレコーダーなど、台当たり粗利の向上に寄与する単価の高い品目が選定されるのが一般的だ。それに対して、同社が評価指標に採用した用品はホイールロックだけであり、同社がいかにお客様の安心・安全を重視し、ホイールロックの普及促進に本気で取り組んでいるかがうかがえる。



提案販売強化の一環として、試乗車への装着を推進している。

これらの取り組みが奏功し、昨年度の新車装着率は目標の10%を超えた。これを受けて、今年度は目標を25%に引き上げた。非常にチャレンジングな目標ながら、販売実績は着実に高まっており、7月末現在、新車装着率は全国のトヨタ販売店の中でトップクラスの16・5%に達している。
目標達成には提案のさらなる強化が不可欠だ。そのため、大金部長は「各店舗の責任者が集まる総

セーフティパックを導入し 新車装着率の向上に弾み!!

合営業会議で改めてお客様の安心・安全をサポートすることの重要性を説き、全数提案の徹底を図っていく」としている。

また、同社独自のおすすめ用品の導入も検討している。ホイールロック、ナンバープレートロック、ドライブレコーダーをセットにした「セーフティパック」と、ETC車載器、三角表示板、LEDバルブをセットにした「安心ドライブレック」で、それぞれセットならではのお得な価格で提供する。

吉原次長によると、ナンバープレートロックは盗難と二次犯罪への悪用が増えていることを受けて約5年前から提案販売を推進しており、現在では新車装着率が30%を超える定番用品となっている。また周知のとおり、悪質ななおり運転に関する報道が相次いだことで、ドライブレコーダーの需要も高まっており、セーフティパックの導入によりホイールロックの新車装着率向上に弾みがつくことが期待される。

セーフティパック、安心ドライブレックともに下期より主要車種に展開する計画で、これを機にホイールロックの普及促進をより一層強化していく意向だ。

マックガードのロックナットで お客様に安心をプラス

近年ではタイヤ目的の盗難も増加。被害に遭う前にロックナット、ボルトで対策を。



<https://mcard.jp>

