

なんでJOB



さ か う え は る ひ こ
守口店 主任 **坂上 晴彦**

守口店で主任を務める坂上晴彦さんは、直近の販売キャンペーンで好成績を収めています。かつては成績の低迷が続き、心が折れそうになったこともあったという坂上さん。上位に進出するために必要な心構えを伺いました。

販売キャンペーンにて下位の順位となった方が、最初に取り組むべきことは何ですか。

上司とのコミュニケーションを増やすことです。入社当時、私は営業トークがほとんどできませんでした。そのときに川村店長が仰っていたのは「会話やロールプレイングの機会をもっと増やさない」というアドバイスです。その場しのぎではなく、まずは営業担当者としての基本をしっかり身につける。これから順位を上げていこうとする人たちにとって、飛躍のための土台づくりには絶対に欠かせません。

販売台数を伸ばすために、どのような努力を رفتてきましたか。

私の場合は、とにかく根性で乗り越えてきました。お客様を第一に考え、誰にも負けない気持ちで仕事に打ち込む。そうは言っても人間である以上、モチベーションが低下したことも何度ありました。長く働いていれば、調子の良いときばかりで

はなく、「山あり谷あり」が実際のところだと思います。

それでも、常に頭の中にあっただけは、自分に与えられた目標の数字です。この会社で頑張ると決めた以上は、固い決心をもって取り組むことが大切。うまくいかないときは、上司のアドバイスを素直に聞いて自分の中に落とし込み、「ここが良くなかったのだな」と反省して、改善を図る。努力の積み重ねが、結果につながっていくと確信しています。

さらに販売台数を増していくためには、どういった取り組みが必要になりますか。

最も必要なのは、営業力の強化です。お客様へのアプローチ方法や会話の進め方など、改善の余地はたくさんあります。例えば、声のトーンが低いと言われる場合、電話や接客をする際、元氣よくハキハキした声を意識しながら、明るい雰囲気店舗を盛り上げるよう努める。また、会話の引き出しの数が少ないと実感する場合は、上司のアドバイスを参考にして、より良いトークができるように努めていく必要があります。現状に満足せず、常に上位を目指す。

2024年の販売キャンペーンに向けた意気込みをお聞かせください。

今年は販売台数も含めて、「トップを目指すぞ」という気持ちで取り組んでいきます。また、顧客情報の整理や効果的なアプローチをすることで、販売台数の増加につなげたいと考えています。自分自身の管理をきちんと行いながら、精一杯頑張っていきます。

前回の販売キャンペーンの反省点も踏まえて、さらにステップアップしていきたいと語る坂上さん。店舗の発展と自身の成長を加速させるべく、未来へと走り続けていきます。



企業情報

設立年：1985年7月
年商：69億円

※2024年2月時点

2023年の結果は、49位中17位で、単純に台数が足りなかったという悔しさだけが残り残りました。チームとして取り組む中で、計画をきちんと練り、お客様へのアプローチ回数を意欲的に増やしていくべきでした。



やまもと しょうた
八尾店 **山本翔大**さんの愛車は、

トヨタ カムリ

乗り心地が良く、カスタムを楽しめるところが魅力！

初めて自分で購入した車です。人と被らない車を探しており、周りに乗っている人がいないカムリに決めました。まだ車高を低くしているのですが、カムリはいろいろとカスタムが楽しめるところが魅力です。そして、高級セダンとしてのスペックも高く、乗り心地も良いため、長時間の山道のドライブでも疲れません。私の地元の京都へは、2週間に1度は帰っており、その際も疲れることなく快適です。

お気に入りドライブスポットはココです！

ドライブによく行くのは、京都市「将軍塚」と亀岡市「かめおか霧のテラス」。将軍塚は、京都市内を一望できる絶好のビュースポット。また、かめおか霧のテラスでは、秋から春にかけて、亀岡盆地一帯に発生する「丹波霧」を楽しむことができます。特に朝方、かめおか霧のテラスから望む風景は素晴らしく、その絶景はおすすめです！

この夏行くのはココ！

福井県の海沿い

この夏のドライブは、福井県の海沿いへ行く予定です。以前天橋立に行き、日本海の綺麗なおところに惹かれ、友人に伝えたところ「福井県の海も綺麗」とおすすめされました。この夏に行ってみようかと計画しています。



みなさんの愛車のこだわりはどこですか？今回は、お二人に愛車の魅力や思い出のエピソード、夏のおすすめのドライブスポットなどお伺いしました！

私の愛車紹介！

「このこだわりを伝えたい！」



むらべ けいた
インポート店 **村部啓太**さんの愛車は、

BMC MINI COOPER S

アクセルを離したときにマフラーから鳴る音がイチオシ！

ドイツ車ならではのバブリング。それがとても気持ち良くもお気に入りです。また、加速に強く、信号待ちで先頭に立つと、ついアクセルを踏みたくくなります。またMINI COOPERはデートする車としても最適です(笑)

危うく雪山で置いてきぼりに……？

昨冬に友人と車で雪道を走りに行ったときのこと。友人と3人で北陸方面の山に向かってドライブをしていました。より多くの雪を求めどんどん山の上へと走っていたところ、辺り一面が雪の中という状況に。車1台も通れないほどの隙間道に両サイドは雪の壁。その道中で私の車が雪の壁に激突……。タイヤがスタックし、身動きが取れなくなりました。山の中だったため電波もなく、まさに絶体絶命でした。その後、私がいけないことに友人が気付いてくれ、なんとか救出してもらえましたが、あのとき「助けでー！」と必死に叫んだことは一生忘れることはないでしょう。

おすすめドライブスポットはここ！

淡路サンセットライン

淡路島の西側にある海沿いの道です。サービスエリアのご飯も美味しいですし、夕日を見ながら走れるところにおすすめです。波が強いときには潮を浴びることもできて、あの爽快感が堪りません！



怒涛の 実践編

この一押しで決める！

いとう しんご
南港店 店長 **伊藤 慎吾**さん

第18号で伊藤さんに教えていただいた必殺キラーワード。しかし、お客様から信頼されていない段階で使っても、「怪しい」と思われて逆効果になる可能性も……？そこで今回は、トーンやタイミングなど、結果を出す具体的な実践方法を伝授します！

以前紹介した

安心して任せてもらえれば大丈夫です！

このキラーワードを効果的に使う3つの方法

01 お客様に不安を与えない接客で第一関門を突破！

誠実な対応、懇切丁寧な説明は基本中の基本です。その上で、お客様の不安を解消することがポイント。ほとんどのお客様は「ここで決めていいの？」と悩みます。不安があるからこそ悩んでいるため、それが金銭面なのか、他店と見比べていないからなのか、走行距離や色なのか……。決めかねている理由を突き止めて不安を取り除き、最終的にはこちらに任せていただく流れに持っていくのが理想的です。

02 臨機応変な対応でお客様を引き寄せる！

お客様の悩みを知るには、聞き出すしかありません。いろいろな角度から話していただけるまで質問を投げかける。お客様によって臨機応変な対応が求められます。すでにお目当てがあって見に来るお客様もいれば、求めるものが漠然としているお客様やとりあえず店舗を回って見比べているお客様もいらっしゃいます。雰囲気や話すうちにわかってくるため、ケースバイケースでアプローチの仕方を変えてください。

03 気に入られてお客様の心を掴む！

笑顔で元気に明るく！これにつきます。話し方のテンションは、お客様の出方をよく見て、2トーンぐらい上げて話すように意識しましょう。低いトーンの方にハイテンションで話しかけるのは逆効果。まずはお客様に気に入られること。気に入られなければ何も始まりませんし、他の営業担当と差別化を図るためのポイントでもあります。



▲第18号に掲載したこちらです！

CASE STUDY 01

「他を見たい」と言われた場合

「どの車ですか？」と見たい車を聞き出して、話していただけたら当店と比較します。その結果、当社が弱いのであれば店長に相談して安くするなど、様々な方を繰り出して買っていただくようにしましょう。とにかく「勝ち」を取りにいかなければなりません。

CASE STUDY 02

「悩んでいるから検討します」と言われた場合

「他店に気になる車があるのですか？」「金額で迷われているのですか？」など、迷っている理由を聞き出します。似たような車がたくさんあるため、金額がダメなら違う車を提案する。「たまたま、こんな入って来ましたよ」「こちらの方が走行距離が少ないですよ」「こっちの装備がいいですよ」など、良い点を伝えて買う方向へお客様の気持ちを動かしましょう。あと一押しという手応えを感じたら……そこで必殺キラーワード！「任せてもらって大丈夫ですよ」というひとりで決めてもらいます！

当店には足を運んで買いに来てくださるお客様が多いため、常に車をきれいに保っておくことを忘れずに！キラーワードも大事ですが、第一印象で8~9割、決まります！