

なんでJOB



えむらわたる
守口店 主任 江村 渉

守口店で働く江村渉さんには、販売キャンペーンで最下位となってしまった苦い経験があるといいます。東店に所属していたころに味わった悔しさは、江村さんに何をもちたらし、どのような成長へとつながったのか、当時の心境も含めてお話を伺いました。

販売キャンペーンが

行われていた当時の状況を

教えてください。

最下位になってしまったのは前回、3年前の出来事です。キャンペーン結果は店舗の社員旅行にも影響してきますから、期間中はお店のメンバー総出で力を尽くさなければなりません。自動車販売に対し、営業担当者が普段よりもさらに力が入るのはもちろん、事務方のメンバーもオイル交換の作業件数獲得など実績を作ろうと尽力している状況でした。当時の私は新人社員とチームを組んでおり、フォローしつつ件数を積み重ね

ねていくつもりでしたが、キャンペーン期間の終わりが近づいてくるにつれ、何となく芳しくない結果が見えはじめてきたため、焦っていたのをよく覚えています。

実績が伸び悩んだ原因は

何だったと考えていますか。

やはり営業力が足りていなかったからでしょう。お客様とのコミュニケーションの取り方や会話のなかから収集した情報に対する提案力、購買意欲を掻き立てる会話力などがまだまだ未熟だったのだと思います。当時所属していた東店はファミリー層のお客様が多く、ワンボックスカーを検討されている方が多かったのですが、そのニーズにマッチするトークもできておらず、結果を出すことができませんでした。いろいろなお店を回って検討中だった方が他店の購入を決めてしまったという経験もありましたので、「ジョブカー

ズの江村から買おう」と決断するところまでお客様の背中を押せなかったのが一番の原因だったと考えています。

結果が出た後の心境について

聞かせてください。

最下位になると、トップだった社員のご褒美日帰りツアーのドライバーをしなければなりません。朝から運転し、美味しそうな食事を横から眺めて夜遅くに送り届け……。あれはいい経験になりましたね。笑顔で楽しむ社員を見て、「上から見える景色は違うのだろうな」と思い、自分も1位を目指そうと思わずにはいられませんでした。

キャンペーン後、

変化はありましたか。

お客様のことを思ったらどう動くべきかを、常に考えるようになりました。相手にとってどのような

な営業担当者であれば信頼に足るか、どういった受け答えをするか話しやすいか、自分が購入する側だったら何を営業担当者に求めるかといった視点から、自分の行動や発言を振り返ってみました。また、電話対応について店長から指摘された内容など自分では気づかない部分に一つひとつ向き合っていくことができました。

手応えを感じられた場面は

ありましたか。

3年前に福祉車両を購入してくださった福井県の法人のお客様とは、今でも関係が続いています。納車するまではメールと電話でのやり取りだったため、レスポンスのスピードと明確な回答を心がけて対応したところ、「ごこよりも早く分かりやすく答えてくれた」と購入を決めてくださいました。納車の際には自分で運転して先方を訪問し、顔を合わせて挨拶できた

のもあってか、「遠方ですが今後もよろしく」とおっしゃっていたとき、その後も1台追加で購入したいと声をかけてくださったときには、自分自身の行動への手応えを感じました。

最後に今後の目標を

お願いします。

若手社員も多く入社しているので、手本となるような社員を目指しています。また、支店をまたいだ形での自由参加のイベントを

悔しい結果に挫けることなく、成長への糧としてきた江村さん。さらに輝く未来を手にするための挑戦は、この先も続いていくでしょう。



企業情報

設立年：1985年7月
年商：63億円

※2023年2月時点

1 前回チャンピオンが語る！ 1位を獲得する極意



前回初の1位を獲得した南港店チーム。何か秘策を行ったからでは……と思い、リーダーの伊藤さんに1位獲得の要因を直撃しました！営業のコツを取り入れて、今回のキャンペーンに活かしてください。

南港店 店長
いとう しんご
伊藤 慎吾さん

前回販売キャンペーンで1位を獲得できたワケとは？



伊藤さん

A 普段の営業で蒔いた種が花開く！

それまで1位になった経験がなく、「1位を獲得したい！」という一心で全力を尽くしたからだと思います。キャンペーン中に特別なことをやったわけではありません。過去にご購入いただいたお客様への架電、懇切丁寧な接客、紹介をいただくための声掛けなど、普段から行っている営業活動が花開いた結果、今回1位を獲得

できたのでしょう。リーダーとしては、チームメンバーのモチベーションを保つため、現在の状況を聞いてアドバイスなどをしていました。また、今回は私が順位表の作成担当でしたので、その都度状況をメンバーに共有し、気持ちを盛り上げるようにしていました。



普段の営業で心掛けていることはズバリ何でしょうか！



伊藤さん

A 「まず当社を思い浮かべてもらう声掛け」

中古車販売業界の競合他社は、星の数ほどあります。そのなかでお客様が車を買おうと思ったとき、最初に私達を思い出してもらうよう、普段の営業で種まきしておくことが大事です。そこで私達は「困ったことがあれば気軽に頼ってくださいね」という、安心・安全を売るスタイルを買っています。



1位を獲得するために必要なことは何だと思えますか？



伊藤さん

A 一人ひとりが担当をこなすことでチーム力がアップ

チームの総合力を底上げすることが大切です。多くの台数を販売するためには、仕上げとネット掲載のスピード感、お問い合わせから成約までの商談の内容など、あらゆる点をより良くする必要があります。また、私達が販売している仕事用の車は、購入後にもう1台欲しいと注文いただくことが日常茶飯事です。追

加購入のチャンスを逃さないためにも、懇切丁寧に接客して信頼を得ておくことが重要です。また、店舗は1人で運営するわけではありませんから、チームワークも大切。一人ひとりが担当ポジションの仕事をきちんとこなすことで、販売台数の増加、業務スピードや生産性のアップに繋がります。

最後に、今回のチーム名「伊藤もなあ～……お～！」の由来を教えてください！



伊藤さん

チーム名が発表されたときに、メンバーに由来を聞いたところ「特に意味はない」とのこと(笑)「お～！」は私がよく言っている言葉らしいです。「伊藤もなあ～」は、何か私に足りない部分があるので、もっとがんばれという意味が込められているのかもしれませんが……。

「さあどうする、えらいこっちゃ!!」 1位を狙える ハンディキャップ制度とは!?

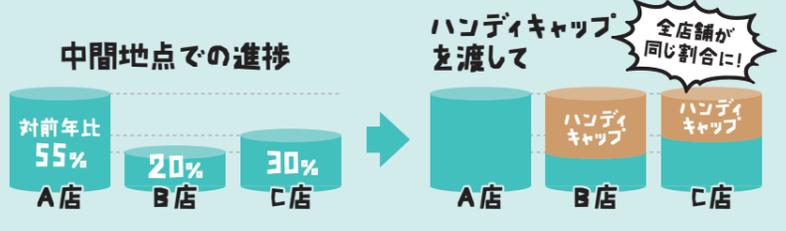
2022年のキャンペーン中間順位で1位だった楫さんですが、最終的には2位という結果に……。挙手制で依頼されるハンディキャップに対して、楫さんはどのような対応をしたのでしょうか。



枚方東店 店長
かじ みつお
楫 光雄さん

ハンディキャップ制度とは……!?

キャンペーンは2か月間行われます。そのため、1か月が終了した時点で、大きな差が生まれてしまうこともあるでしょう。そこで、2か月目に全員が「1位を狙える」と思いモチベーション高く挑めるように、トップとの差を調整できる制度が、「ハンディキャップ制度」です。



例えばどのようなハンディキャップを依頼されるの？

前回の経験を活かして今回は1位を狙う!

差をなくして同じスタートラインに

順位はチーム全員の前年度実績から算出したパーセンテージによって決まるため、5台を希望する人もいれば、50～60台のハンディキャップを依頼する人も。中には、ハンディキャップは必要ない、というチームもありました。そこで私はチームメンバーにも意向を確認し、全チームが同じくらいのパーセンテージになるように、台数を振り分け。全員が同じスタートラインに立って2か月目を迎えました。ですが、ハンディキャップをあげすぎたためでしょうか、最終的に2位と順位を1つさげる結果になってしまいました……。もっと他チームへ渡すハンディキャップを少なくしてもよかったかもしれません(笑)バランスが難しいと感じました。

ニーズに応える在庫を確保する

多くのお客様を呼び込むことが実績につながりません。まずは、担当者としてお客様に選んでもらえるようにしなければなりません。信頼関係を構築できるようなコミュニケーションを心がけていきます。また売れる商品がない、という状況を作らないことも重要です。在庫を確保しつつ、常にお客様に関心をもってもらえるように、キャンペーンに集中していきたいと思っています。

