

営業・サービス一体の取り組みと「CSナンバーワン」の接客で、ふれあい作り



「ダイハツ新店舗スタンダード」に全面的に準拠した最新の店舗



店長
横手 一郎氏



サービスアドバイザー
中本 和夫氏



外観、インテリアにも木目を生かした店舗デザイン

奈良県に6店舗を展開する奈良ダイハツ(株)では、旧西奈良店を新しい街づくりが進む奈良県北部の登美ヶ丘に新築移転し、ダイハツ工業(株)の提唱する店舗づくりのコンセプト「新店舗スタンダード」に準拠した新拠点「登美ヶ丘店」としてオープンしました。

「おしゃれであたたかい」女性に優しい店舗づくり

大阪府、京都府と境を接する奈良県の北部地域では、文教地区と住環境地区をあわせた「学研都市」をテーマに新しい街づくりが推進されています。この3月、近鉄の新線「けいはんな線」が開通し、大阪方面からのアクセスも一層便利になり、経済面での活性化も期待されています。

近鉄の新駅、学研奈良登美ヶ丘駅の間近に完成した「登美ヶ丘店」は白を基調に木目をアレンジした落ち着いた外観。ダイハツのロゴマークが鮮やかに映え、周辺の緑と美しい対比を見せています。

軽乗用車が主体のダイハツ店とあって、同店でもお客様の主体はやはり女性。ダイハツが展開する「新店舗スタンダード」は、全国平均7割近い女性ユーザーを主なターゲットとして「選ばれ、愛される」お店づくりを目指すもの。「ちょっとおしゃれでとってもあたたかい」をコンセプトとしてデザインされた店舗は、インテリアにも木目のあたたかみを生かした居心地のよさが感じられます。

地道な取り組みで4年連続、CSナンバーワンに

「お客様との接点は3か月に1回が基本です」と語る同店の横手一郎店長。「3・1活動」は同社の顧客対応の原点です。電話だけではなく「なるべくお伺いして、おクルマの調子伺いなどを通じてふれあいを深める」ことがその目的です。

来店・集客型、店頭販売といわれ、販売のあり方も大きく変わっていく中で、同店では地道な顧客とのふれあい作りによる固定化、顧客からの紹介などによる販売促進活動を継続されています。そしてその成果が「CSナンバーワン」ディーラーとして成果につながっているのです。



床面はタイル張り、「ソーラードーム」の採用で明るく快適3ストールと検査ラインからなる指定整備工場



ショールームにはキッズコーナーも完備、もちろんバリアフリー



あたたかさを演出するさりげない工夫が随所に

さりげない飾り付けもカフェプロジェクトの店舗演出



太陽光発電システムを導入、最大10kwで環境にやさしい店づくり

ダイハツ工業が実施しているCS調査で、奈良ダイハツは全国のダイハツディーラーの中で年間表彰「お客様満足度最優秀賞」を4年間にわたって連続受賞されています。お客様を大切に作る姿勢の表れ、こうした取り組みの成果といえるでしょう。

一人ひとりが主役、挨拶から始まるお客様対応

その基本ともいえるのが同社全体で23年間にわたって継続している「QC」活動です。

お客様への対応は営業もサービスも一人ひとりが主役。その意識を醸成するためのサークル活動やロープレ訓練、独自のCS調査などきめ細かい施策を展開されています。



ネットワークシステムの導入によりきめ細かい顧客管理を実践



効率化設備の導入で、お待たせしないサービスを実現

「決して規模は大きくない店舗ですから、全員での取り組みが不可欠」と横手店長。販売・サービスが連携してお客様のCS向上を実現する、その基本は「お出迎え」「挨拶」の励行にあります。営業・サービスを問わずお客様のお見送り、お出迎えを実践しているほか、サービスマン全員が名刺を持ち、「私が整備しました」と積極的にアピールを行うことで、お客様とのふれあいを積極的に推進しています。

オープン以来、立地の良さもあいまって、府境を越えて新規のお客様も増加しているとのこと。新しい街にマッチしたふれあい作りを目指す同店の取り組みで、さらにCSアップにつながる事が期待されます。



店舗が広がった分、お出迎えも駆け足でききびごと

サービスの間に近所までお買い物、というお客様のために電動アシスト自転車をご用意

