

いつもお世話になっております。船井総研の日吉です。

先日開催いたしました「軽月々払い専門店会 11月度例会」にご参加いただき、誠にありがとうございました。

当日は60名近くの方々にご参加いただきました。改めて御礼申し上げます。

はじめに、第一講座は、「【繁忙期直前】1月～3月のWeb集客数を最大化するための最終講座」と題しまして、株式会社船井総合研究所 竹之内よりWeb集客を最大化するための方法について解説いたしました。

2024年の繁忙期にWeb集客で成功した店舗の共通点として、

- ①販促費を多く使い、画像型広告を強化した
 - ②GoogleやYahoo!だけでなく、SNS広告も活用した
 - ③データを活用して効率的に広告を配信した
 - ④SEO対策で広告以外からのアクセスを増やした
- という点が挙げられました。

来年、2025年繁忙期に向けた対策戦略として、

- ①10月～12月は画像型広告や動画型広告などで、まずは会社やリースの認知度を上げる
 - ②繁忙期には、SNS広告や動画広告などを使って、より多くの人にアプローチする
- といった戦略が重要になります。

さらに2025年1月以降も、複数媒体のアプローチを継続し、SEO対策やサイトのUI/UXの向上でWeb集客の質を高めることが、販促を最大化するためには必要不可欠だとお伝えしました。



第二講座は「繁忙期を勝ち抜く！成約率60%×台当たり粗利25万円達成講座」と題しまして、株式会社船井総合研究所 遠藤より繁忙期に売上を伸ばすための営業方法についてお伝えいたしました。

競合が多い中で、どうすれば自社を選んでもらえるか、人員が少ない中でも、どうすれば売上を伸ばせるか、といった直近多くのリース店が抱えている課題を解決するために、トップ営業マンはお客様のヒアリングを細かくすることを大切にしているそうです。

お客様が来店した理由や、どんな車に乗りたいのかなどを詳しく聞き、車やリースの仕組みや保険について丁寧に説明することが重要とのことでした。



第三講座は、「繁忙期に向けて今から実施すべき成功事例10選」と題しまして、株式会社船井総合研究所 佐藤よりWeb集客、紙媒体、既存顧客へのSMS、営業力強化など、様々な分野における成功事例が紹介されました。

いくつか例を挙げると、

- ①Instagramの動画広告を配信する
- ②テレビCMで会社の認知度を上げる
- ③SEO対策で検索エンジンのランキングで上位表示させる
- ④チラシの内容を工夫して問い合わせを増やす
- ⑤SMSで既存顧客に車の買い替えを促す

といった事例が多く参加者から関心を集めました。

どれもすぐに試せるものばかりなので、ぜひ繁忙期に備えて実践してみましょう。



以上、軽月々払い専門店会の11月例会の開催内容をご紹介させていただきました。

次回は12月4日(木)にイイノホール&カンファレンスセンターにて、モビリティビジネス経営研究会 会員総会が開催されます。有限会社ふびやの代表取締役 小田島春樹氏をゲストにお招きしてDXにおける成功ノウハウを紹介していただきます。異業種から学ぶDX戦略を皮切りに、モビリティ業界の2025年時流、新車リース事業の2025年必勝戦略など、最新トレンドと成功ノウハウを凝縮してお届けします。

この機会に、ぜひ貴社のモビリティビジネスを飛躍させるヒントを掴んでください。

次回も多くのみなさまのご参加を心よりお待ちしております。