

CAL研、大阪で研究会

接点強化見直しを

「愛車クラブ」機能を説明

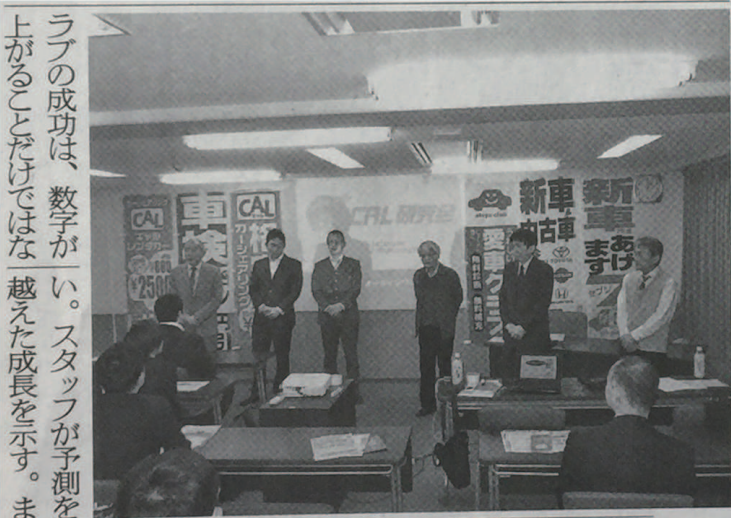
【大阪】CAL研究

会は一四、一五の両日、大阪市内で研究会を開催した。テーマは「愛車クラブをもう一度」。顧客接点強化システムの活用を再点検し、TCS（トータル・カー・サービス）が売れるSSS作りの構築を目的する。

冒頭同研究会事務局の生川光洋氏が基調講演。「セルフであつても商売をするからには人間が中心であることに変わりはない。ただし顧客に合わせた個性的なサービスがこれからは必要とされる。一人一人に違うサービス

を提供する精神で接客しなければならない」と、「愛車クラブ」活用の重要性を強調。経営者の心構えとして、愛車クラブを成功に導く強い意志と、細かいことまで疎かにしないこだわり、途中で放棄しないこと―の三点を指摘。「愛車ク

を



ラフの成功は、数字が上がるだけでない。スタッフ

研修会の様子

ずは車検に取り組みう。TCSの基本は車検」と呼びかけた。

智頭石油の米井哲郎社長は同社のTCSの取り組みを概説。「愛車クラブのねらいは、ドライバーのカーライフサイクルにわれわれが働きかけることにある。そして専門性が高いことをサービスの良

訴えた。

山下石油の山下真司社長は「車販事業のさらなる飛躍を目指して」のテーマで講演。

「少子高齢化、需要減退、車の性能の高度化により、カーケア業界は入口の取り合い合戦。この傾向は今後さらに激化する。車を売ることを当たり前のことに継続し習慣化する必要がある」と、人材育成システムの内容を詳

用、法人訪問のノウハウなどを具体的な事例を交えて説明。「すぐやる人がすべてを手に入れる。二〇一七年の

テーマは変革。私自身チャンスを探す。生き残るため、変化、変態に努めると共に、車販以外の収益確保策を考える」と決意表明。吉田商事の吉田隆社長は、同社が昨年開設した年中無休二四時間営業のロードサービス拠点の現状報告と同社の経営方針を説明した。

店頭告知、電話の活