

# 小冊子活用法

いま、中古車販売で記録的に業績を上げている会社があります。  
記録的な販売実績を上げている会社の秘密は何かというと、それは“小冊子”。

小冊子とは、5分～10分程度で読み終える10ページ～15ページの小さな本のことを言います。

その本を作成し、いろいろな活用をすることにより、お客さまから「多くの中古車販売店のなかから、あなたから（あなたの会社から）是非買いたい」といつてもらえ、確実に成約に結び付けられるツールなのです。

その小冊子の内容はどのようなものかという、

一言でいうと、その小冊子のなかには「中古車を購入するための購入のチェックポイント」が書かれています。

小冊子の内容の一部をご紹介しますと・・・・・・・・

- ・あなたの（会社の）このビジネスについての考え方について
- ・中古車のよいところ
- ・よいお店の選び方、良い車の選び方
- ・下取り、保証について
- ・スタッフのニックネームやマイブーム

といったことが書かれています。

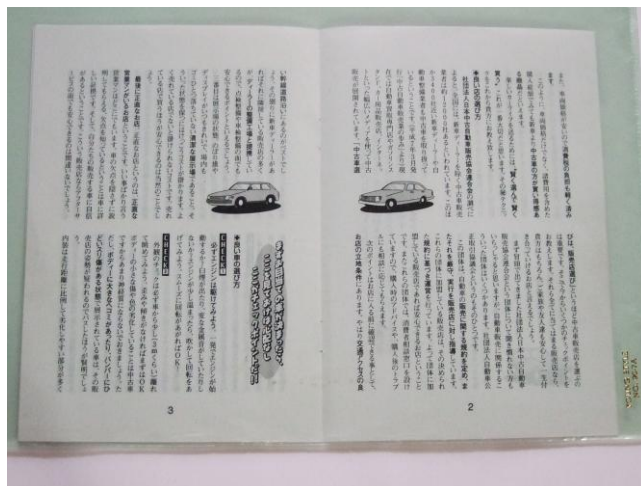
最後のページに会社名・連絡先を記載しておきます。そして、この小冊子をお渡しするときに、自己紹介をするのです。もちろん、あなたの会社の独自性もしっかりと伝えます。

小冊子活用の効果としては、「信頼をしてみかせてもらえるので、他社との競争もなく、ムリな値引き要求もありません」（Aマイカーセンター）、「どうしても売り込みがちだったのですが、小冊子で思いが伝わるようになり、説得する必要がなくなった」（Hモーターズ）、「既存のお客さまから紹介をいただきましたが、そのお客さまが小冊子を持っていて、知り合いのように話げできた」（Y自動車）といった声がよせられています。

もちろん、あなたが（あなたの会社が）このチェックポイントの基準をクリアしていることが前提ですが。

お客さまと話をする上で気をつけないければならないコツがあります。それは、お客さまにとってマイナスを、最初に話し、良いところを後で話をすることです。

なぜかといいますと、多くの人たちは同じことを話しても、最初にお客様にとってマイナス部分を話をし、後にお客様にとってプラス部分を話をすることによって、お客様の頭にはこの後半部分、つまり、お客様にとってプラス部分が強く記憶に残るからなのです。



展示場であなたが、このお客さまは成約できる可能性が高い見込み客だと判断をしたとしますと、そのお客さまにこの小冊子をお渡ししてください。

お客さまにとって役立つチェックリストであれば、まず捨てられてしまうということはありませんし、購入後も大事に持っているお客さまもいるぐらいです。

また、お客さまから得た「信頼」や「安心」は中古車販売後の車検、点検、代替といったときにも大きな貢献をします。