

11. 輪胎的銷售

11-1. 輪胎銷售四大要項

零售店的銷售金額，可由來店客戶數x購買率x客戶消費單價，計算決定之。

理論上為了提升當店銷售業績，來店客戶數、購買率及客戶消費單價全部都要向上提升。但卻又例如在購買率上，如果找不到具體原委的話，那就無從改善起，因此橫濱輪胎將輪胎的販賣構成分成四大要點，如同不會忘記的事物一般，又橫濱輪胎建議的良好可行販賣方法，是不從他人取得，而是由自我切身的想法體悟，去深刻瞭解這四大要點的內容涵義才是最重要的。



員工強化

每一個人都要具備有良好的輪胎基本知識，需能隨時帶著自信微笑與客戶應對，是銷售團隊中任一成員均應做到的，亦是四大要點中最重要的項目。

- POINT**
- 應具備可以向客戶介紹的輪胎安全知識及商品知識。
 - 應具備安全、確實的輪胎組裝技術。
 - 團隊的全體人員共同對設定之目標，專心努力達成。
 - 持續對不習慣的人，及不努力的人指導。
 - 目標達成的成果由全體成員來共同分享。



開發客源

透過告知及定期檢查活動來告訴各地域的客人，本店是對輪胎知識相當豐富的店，增加客人的滿意度，以增加固定客人。

- POINT**
- 規劃全年度銷售活動的計畫。
 - 利用宣傳單、DM及海報來宣傳告知新商品上市的消息。
 - 對來店客戶的輪胎定期檢查及親切地打招呼，快速的進行點檢工作。
 - 親手交付檢查結果的報告單和估價單。(設定目標)
 - 對點檢客戶的追蹤或是給予消費客戶贈品。(區別方式)
 - 親切謹慎認真的應對和輪胎換作業流程。



店面設計



輪胎的展示和佈置，從維修區的場景開始，營造出讓客戶覺得店舖對輪胎方面有良好專業知識的印象。

- POINT**
- 店舖展示要可以傳達出對輪胎銷售的熱情及誠意。
 - 在庫數量的齊全，讓客戶可以即時選擇購買。
 - 明確的輪胎價格及組裝等相關工資標示，讓客戶可以感到安心。
 - 讓客戶可以了解輪胎特點的海報說明。
 - 可以讓客戶產生信賴感的維修區設備及整理。

商品了解

保持暢銷貨品的常備庫存，並設定合理適宜的價格，以具備可隨時推薦客戶的自信。因此從平時就需進行商圖、商品的調查研究，及全體人員做銷售策略研討等事宜。

- POINT**
- 全體員工都應學習目標的看法。
 - 製作一張所有的人都可以看到的當店價格一覽表及在庫點檢管理表。
 - 沒有浪費的在庫管理，以及暢銷貨品的尺寸補充。
 - 競爭店的價格調查和自家店的價格檢討。
 - 推薦品和銷售對話的研究開會。
 - 不同等級輪胎的比較推薦做法。
 - 認識、輪胎升級、改裝的學習。



銷售金額的構成



●潛在客數x來店率=來店客數 店舖商圈內車輛的持有者就是潛在客數。以全國平均來說，1台車輛年間約需要更換1個輪胎。為了提升來店率，主要必需增加客戶數。

●來店客數x購買率=購買客數 來店客數不管怎麼增加，購買率如果低的話，銷售金額也不會提升為了要提升購買率，「員工強化」、「店面設計」、「商品了解」是必要的。

●購買客數x客單價=銷售金額 購買客人數增加的話，銷售金額也會提升。同時客人消費單價也提升的話，銷售金額更進一步的提升，利益也會跟著增加。為了提升客戶消費單價，「員工強化」、「開發客源」、「店面設計」、「商品了解」四大要點的充實，以及販賣高附加價值的商品也是必要的。