DESIGN GEAR
株式会社デザインギア
2025年 8月1日【金】
・水の日　・肺の日
・パインの日
・愛知発明の日

デザインギアでは皆様の「今」に答える為に
旬な情報を定期配信して参ります。
集客に関するお困りごとはお気軽にご相談ください。

デザインギア　検索

Dギア通信

Design Gear Co., Ltd. Sales Department

「タイヤ提案強化」で売上と信頼を同時に伸ばす

今こそチャンス！ 必術!?

近年、車の性能向上に伴いタイヤの重要性は増す一方ですが、多くのお客様は「まだ大丈夫」と交換を後回しにしがちです。しかし、その「まだ大丈夫」の間に劣化は進み、思わぬトラブルや事故のリスクが高まっています。ガソリンスタンドは給油だけでなく、安心のカーライフを支える拠点としての役割を強めるチャンスです！特にタイヤ提案は、安全を守るだけでなく、リピーターの獲得や単価アップにも直結する重要な提案商材です。ユーザーに届くキャッチとタイミングを見極めてタイヤ商戦を制しましょう！

「今が替え時」その一声で顧客満足と利益が向上！

スタッフの声かけ例と提案タイミング お客様の「買いたい気持ち」を刺激する！

給油時の空気圧チェックやオイル交換の際、さりげなくタイヤ状態を伝える！

★ポイント① 押し売り禁止！お客様の心にそっと届く言葉選び

タイヤ交換は〝守るための備え〟です！お客様の心に届く、フレーズを心がけましょう。

★ポイント② スタッフ教育で【提案力】アップを！

声かけに自信がないスタッフには、簡単なチェックポイントや話し方のロールプレイを実施しましょう。「売る」ではなく「お客様の安全を守るお手伝い」という意識を持たせることが重要です！スタッフが自信を持って話せる環境づくりが、リピーター獲得にもつながります。

自然な声かけと共感で、お客様の「安全を守る気持ち」に寄り添う提案を。

ちょっとだけうんちく

デザインギアの深掘り解説！

タイヤは唯一、車と路面をつなぐ重要なパーツ。溝の深さが4mmを下回ると、ウェット路面での制動距離が約20%も伸びることが実証されています。また、製造から5年以上経つとゴムの劣化が進み、ひび割れや硬化が見られ、突然のバーストリスクも高まります。
スタッフはこうしたリスクを具体的に理解し、例えば「このタイヤ、残り溝が3mmなので雨の日は特に注意が必要です」といった数字と安全の因果関係を伝えると説得力が増します。
さらに、実際の劣化タイヤの写真やテスターによる計測データを見せると、「まだ大丈夫」と思い込んでいるお客様の意識を変えやすくなります。

「気づきを促す」提案術ご紹介

タイヤの購入きっかけランキング！
（現場ヒアリングより）
1位：「もう替えないと危ないよ」と真剣に言われた
2位：点検時の写真を見て、自分でヒビに気づいた
3位：「ご家族が乗ってるなら安心を」と言われて
4位：雨の日のスリップ体験
5位：燃費が落ちて気になった
それが購入を動かす最強の組み合わせです。

「目に見えるもの」×「感情に刺さる言葉」

キャッチフレーズ例

「雨の日、滑りやすくなってないですか？」
・「大切なのは、走れるかじゃなく【止まれるか】なんです。一度点検してみませんか？」
・「大切な家族を乗せる車だからこそ、安全にしておきましょう」
・「このタイヤ、製造から6年経ってます。タイヤの溝、気になったことありませんか？」
お客様の〝欲しい！〟を引き出すには、不安と共感と提案がセットです。
いきなり「買いましょう」ではなく、まずは【点検】という入口から入るのが、今の時代のスマート接客です。

今すぐ確認！タイヤの替え時 簡単チェック表

お客様が簡単に確認できるチェック表をご用意しお渡ししてみるのも案です！（一例）

- ☑ 製造から5年以上経っている
- ☑ 溝の深さが4mm未満
- ☑ 側面にひび割れや膨らみがある
- ☑ 空気圧が減っている・チェックしていない
- ☑ 雨の日にスリップしかけたことがある

今月のキャンペーンチラシ！

平素より格別のご愛顧を賜り、誠にありがとうございます。「夏本番！愛車ケア祭り！」と称しまして、スペシャルイベントを企画いたしました。暑い夏こそ、お客様の心に〝ズキュン〟と響くワクワクいっぱいの企画となっております^^♪
一部修正など柔軟な対応いたします！

【店舗様手配りチラシ】
サイズ・予算等個別対応承ります。見積のみでも大歓迎！

カーエアコン修理のセールストーク例

「今のうちにエアコンの点検・ガス補充をしておくと、真夏でも快適にドライブできますよ！」
↓なぜなら、冷媒が減っていると冷えが悪くなり、燃費にも影響が出ることがあるからです。
↓実際に、点検後に「風が冷たくなった」「においが消えた」と喜ばれるお客様が多いです。
↓今なら点検無料キャンペーン中なので、ぜひこの機会にご利用ください！

ポイント

専門用語は避ける：
「冷媒」→「エアコンの冷やすガス」など
お客様の立場で話す：
「〜した方が安心です」「だと快適ですよ」
数字や事例を入れる：
「9割のお客様が効果を実感しています」
限定感を出す：
「今だけ」「この季節にぴったり」
SSスタッフの皆様
暑い中の業務、大変お疲れ様です。体調管理に気をつけてお客様の安全と安心をお届けしましょう！

これで君も「カーエアコンマスターだ」

セールストークの基本構成
（PREP法）

Point（結論）
まずは要点を伝える
Reason（理由）
なぜそれが良いのか説明
Example（具体例）
実際の事例や数字で裏付け
Point（再確認）
もう一度要点を強調

お問い合わせ（担当：市原）TEL：080-2966-6653　Mail：all@design-gear.co.jp