

Always good correspondence the 2016 version

Live car Management manual!!

著作者 古賀 一博

Always success



もっと快適にそして最速に

Live car(ライブ・カー)では、ご利用する全てのお客さんに0円で車を買って頂けるよう、ホームページで購入方法の設定が行える仕組みとなりました。

この事で通常業務は公開する設定に並行して行えます。

これは、通常業務を最小限にするばかりか、最も売れ安い状況を作り、売れるだけの状況になるよう計算して作られています。

業務はとても簡単です。

例えばお手持ちの車を手放す価格を決めたいと言えば、所定の設定方法で対応を行います。

この時の作業は、確実な価格を調べる業務からなります。

こちらでは、車を最も安く買う、当社独自のノウハウとして車情報の発行をメインに解説を行います。

この車情報の発行は、ご利用をするかしないかの運命線であり、当社では、あとは、車選びお客様が判断をされるだけの状況にしっかりと導いてくれます。

この状況になるまで
大変重要な部分である対応とコツを覚えてください。



著作権表示

この Live car(ライブ・カー)は、時代の最先端であり、いまさら言うまでもありませんが、0円で車が買え、車の交換まで出来てしまう系統付け数字で示し開発したものです。

ですから、他ではこのようなサービスは存在しません。

著作権は、このサービスの開発者である、古賀 一博 が有します。

また、類似サービスがあっても全て盗作です。

著作者の権威を損なわぬよう、他で類似したサービスを行わせないようにする事が利用の義務です。

全てのお客さんにご利用頂き、全てのお客さんに車を買って頂ける術を身に付けてください。

あなたが対応したお客様
全てに買って頂きます！



喜ばれるって楽しい。 table of contents

もっと快適にそして最速に(2)
著作権表示(3)

出来るって楽しいね。 table of contents(本ページ)

気が楽になる対応がいつも出来る。(5)

対応方法の基本。(6)

車情報制作の役割と趣旨。(8)

2つの機能の同時進行(9)

車情報の制作。(10)

●□○◇ 購入希望の車の解説を記入します。(11)

●□○◇ 手放す車の解説を記入します。(18)

車情報の発行。(21)

電話を行う。(22)

基本的な対応の仕組みを覚えます。(26)

具体的な対応のまとめ。(27)

トラブル対応。(29)

ご利用禁止処置によるリストの制作。(30)

車が売れる「煽り」。(31)

ご利用開始のご案内。(34)

相手に話させる極意。(35)

ご利用開始のご案内。(36)

最終作業を行います。(37)

成約とご利用者のメリット(予備知識)。(38)

特別オファーの取り扱い。(39)

集客担当者の管理。(40)

もっと楽に仕事してみよう。(46)

最後に。(49)

気が楽になる対応がいつも出来る。

灯台もと暗しという言葉がありますが、実は、これだけが出来ないだけでまったく売れない現象が起こる場合があります。

そんな時に商売で失敗したり、絶対に出来ないというネガティブな言葉にしがみつきます。

そのような世の中の風潮に流されていてはいけません。

売れる対応が出来れば売れるだけになる。
これは、ビジネスで必ず成功する絶対法則です。

これを行えるだけで1000億円以上の売上をも上げられますし、間違いない成功を自ずと掴む事が出来ます。

現在世の中では、まるでイベントのように商品の価格高騰をさせてみたり、あえて買えないような状況に持ち込んだりと、状況が日々変化し敬遠されている時代です。

万が一売れなくなったら調整を行うだけです。
しかしこれを回避する方法が必ずある事を覚えておかれください。
成約がないと思えば成約のあるようにするだけです。

このマニュアルでは、最低限売れる対応を公開します。

売れない場合が続いても、お客様の都合であったり、お気に入りの車がなかった場合のみです。
ですから、あなたがよくよしたり上司に文句を言われる事もないという事です。
原理が分かると少し気が楽になるでしょう。

対応は、しっかりと自信を持ち行ってください。
開始した時点ではあなたはプロです。

対応方法の基本。

お客様へどのような対応をすれば良いのか？という問題は、お客様商売を行うのに1番良い対応をするのが基本ですので、通常誰しも心理的に分かるものですので省略し話を進めます。

この Live car(ライブ・カー)は、お客様のご要望は、ALL OK！を基に、サービスそのものの仕組みでいかなる要望にも対応出来るように計算されて作られています。

あえて出来ないものは、外部委託する事で簡単に解決する事が出来る仕組みです。

その時に基本的な対応で良いものとは何だろうと思われるはずです。ここでは、この方法を解説します。

その方法はメリット回答です。

メリット回答とは、読んで字のごとくお客様のメリットを常に考え、その事を話す方法です。

まず覚えておいて頂きたいのは、どのような事が心を掴みやすいのかという事で、以下の3点を基本とします。

- 1) 1番確実性のある事を経験をもとに話す。
- 2) やった事を話す。
- 3) 知っている事を教えてあげる。

この3つです。

基本的に相手が分かるように、うまく誘導して納得を得る事が出来るのであれば信頼が生まれます。

納得を得るには、あなたが話した事が現実味があり確実であればと思う現象ですから、これを伝えようとする努力が必要です。

これには、文章の構成といい、相手が何らかのアプローチを行うのに最低限理解が出来、納得が得られるというもので、これに先ほどの1)～3)項目を駆使します。

文章の構成とは、以下の構成に分かれます。

- ・序論 趣旨や問題（お客様の課題）
- ・本論 どのような事があるのか？（先ほどの1)～3)項目）
- ・結論 どうなるのか？（どういう事になる（どうしたい）のか？）

お客様が得したい（序論）というのは、既に分かっているのですから、お客様に得をして頂くのに必要な情報をまず考え、サービスや状況により先ほどの1)～3)項目（本論）を加えると納得が得やすくなるという説明技法です。

そしてそれらがどうなるのか？
「確実に買えます。」など（結論）

先ほどの1)～3)項目というのは、1番効果が高い方法です。

これらを心に秘めるのではなく、しっかりとお客様に教えてあげることで、自動でお客様が「ここのはやってくれる」「ここのは良い」と考え、仮にこの客さんが購入してくれなくとも、500万円台の車でもストレスなく買ってくれるお客様を何人も連れて来てくれます。

一度作業で経験した事は、次回あなたの武器です。
うまくゆく方法を使いこなしてください。

車情報制作の役割と趣旨。

ここからの車情報の制作が本題です。

この制作方法には、実際に先ほどのメリット回答を意図的に組入れり、お客様が車の購入価格を調整して購入出来る仕組みです。

あなたが、1番忘れない事といえば何でしょう。

好きな異性の事、おいしいものの事など多数のものがあると思われますが、1番はやはりお金です。

当社では次回に残る価格から次回に買える車の範囲を意図的に掲示する事で計算の上で車が買えるようにしてあります。

次回400万円以内であれば0円です。

車に飽きた時、別の車が良い時、必ず思い出す仕組みを採用する事で、お客様がリピーターとなる仕組みです。

このような設定が出来る車情報を発行します。

この車情報は、雛形を事前に用意しておりますので、車に応じ確実な価格から提供します。

この時も先ほどのメリット回答を応用すると、通常ではご利用すらしないと予測出来ていたお客様のご利用まで伸びます。

次項では、基本的なサービス構造を把握して頂きます。

2つの機能の同時進行。

このサービスは、通常サービスと特別オファーの2本立てでのご利用が同時進行します。

基本的に、サービス趣旨による情報を与え車を購入するスタンスは特に変わりません。流れとして

車情報の発行



車の検討

基本的には、上記の2つの流れです。

車情報は、2つのサービス各自で発行します。

基本的には雑形の編集で行えます。

そして在庫情報では実際に買える情報や、特別オファーによる条件などを記入します。

一般的な買い方に、

独特な買い方の手ほどきを加えると考えれば簡単です。

通常利用と特別オファーの趣旨を把握してください。

これに応じた必要な情報を提供するだけです。

特別オファーでは、条件の付与が加わります。

独特の個別条件ですので間違えないでください。

車情報の制作方法を紹介します。

特別オファーパートは要領が同じですので省いています。

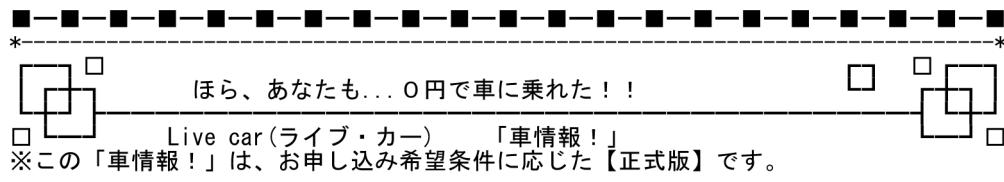
車情報の制作。

まず、雛形と並行して解説します。
雛形を準備ください。
既に文章が出来上がっている雛形があります。

基本的に、この雛形を編集するだけです。

こちらでは、個々の役割も解説しますので、しっかり把握し実際の車でどのようになるか、そして先ほどのメリット回答を意識してみましょう。

実際の雛形は以下で、車情報雛形【正式版】との表記しています。



● ● ● ● 樣

Live car（ライブ・カー）へのお申し込み誠にありがとうございます。
車情報発行担当者 / ●● ●● でございます。

今回、あなたの購入価格は...。
220万円です。

●□○◇ 購入希望の車の解説

今回、購入予定の車であるGTRは、一般市場平均価格が720万円ですが、当社では540万円で買えます。

この車の3年後に手放せる一般市場での価格平均は、約580万円となり、当社設定で最も確実に手放せる60%の価格は、348万円です。しかしながら当社設定により価格差が開いており、3年後には6年目を経過しますが、価格が下がりにくい車種ですので460万円が確実に手放せる範囲内と思われます。

この460万円以内であれば、次回0円で車が買えます。
次回に600万円台の車であれば140万円で買えるという設定がこの部分で行なえます。

460万円台といえばレクサスGSクラスや、BMW5シリーズの程度の良いものであれば0円で買える範囲内です。
次回購入出来る車の設定も、ホームページの「買いたい」ページで行えます。
是非、狙いを定めておきましょう。
【買いたい】<http://livecarjpn.info/buyit>

お客様の名前と担当者名を記入します。

どなた宛に送られたものなのか、誰が担当したのか、安心頂く為、●
● ● 部分にしっかり記入するだけです。

●●● ●● 様

Live car (ライブ・カー) へのお申し込み誠にありがとうございます。
車情報発行担当者 / ●● ●● でございます。

今回あなたの購入額は...。を記入します。

この部分は、お客様がお手持ちの車の価格から、購入予定の車の価格を差し引いた価格で、記入は1番最後です。

これが実際に購入出来る価格となり1番確実に買える価格です。
この数字からお客様が価格を決められます。

集客担当者がいる場合、担当者向けにメールでの転送が基本ですがHTML形式を基本として、数字部分を印刷しても途切れない文字サイズに拡大します。

今回、あなたの購入価格は...。
220万円です。

●□○◇ 購入希望の車の解説を記入します。

こちらでは、該当車種をインターネットで検索し一般市場価格を、1番安く買える価格をオートオークションで調べ、その落札平均価格を記入します。

こうする事でホームページで設定を行うお客様がどのような価格で買えるのか判断しやすくなります。

ここでは、欲を出し価格をふっかけるなどしないでください。

それは、そのお客さんに知り合いなどがいると、必ず落札相場などがバレ「あそこは高い」と切り捨てられ2度とそのお客さんを含めご利用がなくなります。

この仕組みでは、利益が確実化される場合や利益が出にくい場合、若干利益を得られる料金体制ですので別途加算が行えます。
全ての方に公平にご利用頂けるようフェアな価格を記入します。

今回、購入予定の車であるGTRは、一般市場平均価格が720万円ですが、当社では540万円で買えます。

購入予定の車が3年後に手放せる価格を記入します。

こちらでは、3年後の価格の割り出します。
これはホームページの設定と同じ方法で行えます。

一般市場の平均価格は、該当車種の3年後の価格を見ます。
3年後の価格がなき場合は、概算となりますが、付いている価格から価格下落率の表に応じて新型から旧車など目安で算出します。

その価格から60%に相当する価格を記入します。

また価格下落率とは、買いたいページで紹介しているもので、次回に価格が残りやすいか否かの部分を判断し記入します。

この書き方は、先ほどの1)～3)項目を利用し、メリット回答を意識し記入すると簡単です。年数は立っていますが安定した価格が残りやすくなっていますので同額でも手放せる範囲内です。
など、経験での実例が入ると力強く感じます。

ここでも設定に応じたしっかりとした数字を記入します。

この車の3年後に手放せる一般市場での価格平均は、約580万円となり、当社設定で最も確実に手放せる60%の価格は、348万円です。

次回に価格が残る価格下落率の判定は？

当社設定により価格差が開いており、3年後には6年目を経過しますが、価格が下がりにくい車種ですので460万円が確実に手放せる範囲内と思われます。

次回に購入出来る価格を記入します。

こちらでは、先ほどの基本価格から、お客様が自由に設定して購入出来るように誘導します。(正式版は買い方の要領を掴む版です。)

次回購入価格の目安は、あえて高額な車でもわずかな価格でも買える事が分かるよう数字で示し記入します。

この460万円以内であれば、次回0円で車が買えます。
次回に600万円台の車であれば140万円で買えるという設定がこの部分で行なえます。

次回に買える車の車種を具体的に記載します。

ここで記載するべき車種は、お客様がどれくらいの車であれば次回買えるのかという目安です。

買いたいページの設定で行えます。

一般市場の価格で3年後に購入出来る価格を概算すれば、大まかな価格が掴めます。

この価格は、年間を通してオートオークションでの価格を見ておくと、300万円台であれば3年後いくらぐらいという推移が分かるようになりますので傾向を覚えるようにしましょう。

記載車種は、お客様のメリットを意識し記載します。

担当者が多くなると、この3年後に買える車の表を価格から割り出せるよう制作し3~6ヶ月間隔で更新する事で、インターネットで検索し、購入出来る価格から車種の断定も経験で行えるようになります。

460万円台といえばレクサスGSクラスや、BMW5シリーズの程度の良いものであれば0円で買える範囲内です。

次回購入出来る車の設定も、ホームページの「買いたい」ページで行えます。

是非、狙いを定めておきましょう。

【買いたい】<http://livecarjpn.info/buyit>

記載車種に詳細情報を加えましょう。

車情報雛形は、記載参考雛形ですので、年式など記載頂くほうがより安心感が増します。

記載内容は、年式、走行、色といった簡易項目で十分です。
記載しましょう。

また、購入予定の車でお客さんのご予算の余力があれば、

「ご希望の車より年式が新しい平成27年式、走行距離7000kmぐらいであれば650万円です。

次回に残る価格は、60%の価格を割り出しますと610万円です。」

「次回に残る価格からこちらの車の選択も悪くないと思われます。」

など、本来は個別請求が基本ですが、しっかりと分かりやすく教えてあげ導き参考として誘導する事も必要です。

また、この車情報【正式版】の内容は、告知されており当社で車を買う方法が分かりやすいように導くものです。

例えば、言葉が足らず次回の価格で結論を詳しくお伝えすると、

「もちろん、●●様のお気にりの車が購入頂けます。

次回にどのような車を買われたいか目測が行えます。

是非ホームページの設定でお楽しみください。

という促し方も行えるでしょう。

ご希望の車の状況を記載します。

価格下落率の参考を別角度で示します。

価格が残る可能性から記載します。

精算した価格の記載は、購入額から3年後に手放すと、いくらで買ったのと同じ計算になるか、今回の購入額から手放す価格を差し引いた価格を記載します。

以下の解説は、1番安く買える価格である事を促し、実際に当社で高いと思われないよう価格の理由を記載します。

**こうする事で高いと銘打たれ敬遠される事を防ぎます。
車の価格をしっかり見極め記載ください。**

**購入タイミングは、お客様がうまく得して買えるように記載するもので
すので、価格で損をしないか教えてあげます。**

大変良い車の選択をされております。
購入予定の車を手放す際に精算すると80万円で購入したのと同じ計算です。

この車種の価格は、当社で確実に買える1番安い価格で、人気がありますので仕入れ価格自体が高騰している傾向にあります。
価格帯の変動が少ないので購入タイミングは良いと思います。

該当車種の案内と誘導を行います。

**該当車種の在庫が入る頻度を記載します。
これを記載する事でお客様自身が車を選ぶ目安が出来ます。**

在庫情報も掲示した基本価格より低い価格の車両情報など、特別オファーでの希望者数などを含め、具体例を教えてあげる事で、希望する車どのような状況にあるか掴んで頂けます。

この時、過去の実例で既に終了している車も、サービス特性で提供出来ます。

該当車種は、特別オファーによる交換希望や、該当車種より年式が新しいのに安く買える在庫など、月に7台のペースで出ておりますので、設定を参考に少しでも良い車を購入して頂くのがよろしいかと思われます。
ご利用中には入荷次第とんでもない掘り出し物情報までお届けします。
まずはご利用を開始されるのがお得です。

突然の掘り出し物にまだ新しい車が安く買える場合は買う。など、この車情報の価格を基準に判断し購入するのが車を買うコツです。
ホームページでは、これらの設定が随時行えます。
ご利用中は、狙いを定め購入してみましょう。

プレミアが付く可能性を記載します。

プレミアが付く可能性をうまく記載すると同額で手放せる場合や儲けが出る買い方を検討する方への目安です。

この割り出し方は、年式が古くなり一定の価格で取引され出した価格からが開始で、その古い価格から一挙に高騰します。

ホームページのFAQでも参考になります。

このような車種は価格が不安定な場合もありますが、年間業務で目を養い特定車種を把握しましょう。

また、この車種はプレミアが付く可能性が低く、過去の例でもR32型で走行距離が少ないものではありましたが登録時期から15年後で、成約がほぼなかった車もありますので期待は出来ないかと思われます。

購入する車がどの機能で買えるのかを記載します。

購入には3つの機能があります。

買いたいページに記載のあるどの機能でのご利用かを記入します。
最も安く買える機能を記載しましょう。

今回お出ししております価格は、買える機能3 Allround Auction！となります。
この機能の詳細は、ホームページでご確認ください。

ローンの希望に応じた解説を記載します。

希望がなき場合、忘れ防止の為にローン使用のご希望はありません。
と記載します。

1番安い時価最低金利ローンを使用します。

お電話で後に案内を行いますので取引条件を確認し記載します。

今回は、ローンをご希望との事です。
現在JAマイカーローン金利1.5%のご利用が1番金利が安くなります。
若干店舗に出向く必要がありますが多くのお時間は不要です。
後のお電話で詳細をお伝えさせて頂きます。

走行距離の判定を記入します。

車情報の雑形内には、走行距離の判定がありません。
この部分は、他の内容と混雜しやすく感じます。

基本的に走行距離が伸びても交換なども行え促す事も出来ます。
しかし、お金への換金となると影響します。
そこでお金を残して頂く事を意識し記載します。

「当社では、車の交換などあらゆる機能でサポート出来ますが、走行距離が伸び過ぎると残る価格に影響します。特に手放す際に現金を残したい場合は価格下落率の表を参考にしておくと効果的です。
+URL」

「この車種は、既に走行距離が伸びておりますので格安で手に入りますが、大変人気があり次回は交換を希望すれば良い車が手に入る可能性が非常に高く面白い車の選択です。」

車種に応じた記載は経験を積みましょう。

例えば、最高級スポーツカーで車情報を発行し、手放す時に同様の価格以上で手放せる事を知ると、本来これらの車に乗っているという見栄的な部分で走行距離を増やさない乗り方をするのが主流ですが、通勤などで頻繁に使用し価値を損なう場合もあります。

しっかり確実な価格を出しておきながら矛盾のようですが、車を選ぶ時にどうすればよいのか促せれば最適です。

お客様の使用状況により困難な状況となっても、努力でフォローします。
車種の傾向が分かるようになると知識が財産となります
年間を通して成約状況を見ておくと分かるようになります。

「買いたい」での車情報の記載方法は、ここまでです。

●□○◇ 手放す車の解説を記入します。

ホームページの売りたいで行う設定で一般市場価格と設定の60%の価格を記入します。
記入は雛形の流れ通りです。

一般販売価格との価格差も同様の設定で行えます。
成約は、その価格を見たお客様がこれならと思う煽りでもあります。
例えば500万円台の車で価格差がいくらであれば確実に売れるかを考慮します。
これが価格差が開いた設定での確実な価格です。

500万円の価格で仮に300万円が60%の設定でも、400万円であれば売れやすいと判断が出来るのではないか？

この直感的な部分が最も売れやすい確実な価格です。

また、お客様が手放す車をほしい方の状況を記載します。
この記載で状況判断が行えます。

今回、手放す予定のレクサスNXクラスは、一般市場価格平均では、420万円で、当社設定による60%の価格では252万円です。

しかしながら168万円の価格差がございますので当社の経験で確実な価格を割り出しますと320万円となり1番手堅く手放せる価格となります。

該当車種はまだ年式が新しく数が少ない為、ほしい方がかなりの人数がおられます。
その方々がOKしますと即手放せます。

どの機能でのご利用かを記入します。

基本的に、最も売れやすい確実な価格からを起点とし、価格最上限での手放し方が出来るようになっておりますので、お客様は価格を決められるようになっています。

価格を調べた際に起点となるタイプを記入します。

上記の320万円という価格は、当社独自の機能である【Economyタイプ】が基準値となります。
従いまして実際に手放す価格を上げる事も可能です。

更に価格を上げられる機能の紹介を行います。

これを記載する事で前項のご利用者が欲を出し、ご利用を促しやすくなる参考です。

例えば最高級スポーツカーであれば、最も価格の上限からでも狙える予測が出来れば、Steadyタイプのご利用もおすすめ出来ます。

その際最適と思われるタイプは、【Littleタイプ】です。
手数料分や、ほんの気持ち価格を上げる場合が理想的と思われます。

また、あなたがチャレンジしたい価格からの開始が可能です。
当社設定の【Economyタイプ】が今回の基準値ですので、この基準値を参考に設定した価格でも手放せます。

簡易的な解説で納得して頂きましょう。

この場合は、困難な車であれば、経験上どのような推移か、解決策を含め傾向を記載するとお客様も判断しやすくなります。

前期致しましたように、まだ最新型ですのでうまくゆきますと先ほどの一般市場価

格平均である420万円で手放せます。

ホームページでは、この設定が行なえます。

冒頭の価格が0円になれば0円です。

是非、この車情報の価格を参考に価格をあなたもご検討してみましょう。

【売りたい】<http://livecarjpn.info/sellit>

各機能のご利用を促します。

大抵の解説がホームページ上で行ってありますので、お申込者は、自分の車がどのような状況かを知りたがっている状況です。

例えば一般提供ではお時間が掛かる場合が予測されれば業者出品のほうが確実性が高い事もあります。

ここでは、制約率を考慮し高速で完了させる事を考えておきます。

ご利用者にも十分なメリットがある事が大切です。

この利用方法まで付け加え記載しましよう。

今回お出した価格であれば業者出品でも対応可能です。
ご利用方法は、お手数ですが各機能の詳細をご確認頂けたら幸いです。

買取ご希望への誘導します。

ご利用者に最も得して頂くよう配慮されておりますが、設定を行う際、価格が混在すると混乱します。
ですから、あえて買取の場合、別途お出しします。

買取は、販売傾向により基本的な価格より下がります。
後にお電話で確認する際ご希望を伺います。

またお時間がなく買取をご希望の場合は、別途価格をお出しするようになっておりますので、係員へその旨お伝えください。

基本的に、ホームページで提供する内容が、この車情報に記載され
おればご利用があるという設定です。

これが売れる車情報を製作する1番のポイントです。

仕組みをうまく理解出来ていないと、一般的な商売でも制約どころか
ご利用もないと言われる部分です。

編集を行うと部分的に欠落してしまう場合もあります。

伝わる伝わらないという部分も大切ですから、製作後には必ず見直し
足りない部分は編集しましょう。
慣れると文章が伝わりやすいかすぐに分かるようになります。

また、備考がある場合は、最適な回答を付けます。

この時、重要なのは、気にされておられる事は、ニーズでもあり不安
要素です。
最も良いご利用が期待出来ます。

不安はほぼ解決される仕組みですので思い切って記載しましょう。

ご利用中の車情報【簡易版】も同様の編集で行えます。

車情報雛形【正式版】パート2

車情報の編集方法として提供している雛形は、お客様への設定色を強め、より高額な車でもためらわずに買いやすくと改変したパート2の雛形を用意しています。

半分は個別ですので混雜しているようにも感じます。

この編集方法だと、お客様での設定が親切で分かりやすいようにも思います。

このパート2では、実際に0円でも本物の車が納車されるという印象を強めたもので、文章にも売れる文章がありますので極めて頂きたいと追加したものです。

お申し込み状況に応じた若干の編集は必要ですが、基本的に編集方法は同じです。

お客様のご利用により最も良いメリットを出せるように、サービス特性を利用して導くのは同様です。

ご活用ください。

車情報の発行。

発行は簡単です。

インターネットでのお申し込みで、
紹介者がいない場合は直接返信。
紹介者がいる場合は紹介者へ返信。

この場合の紹介者とは、集客担当者であるビジネス参加者です。

この方が直接お客様と接する事で親近感を持ち、ピンポイント説明で成約率を高めてくれる作業をしてくれます。

この紹介者は、インターネットでのお申し込みの紹介者名の欄や、あなたがお電話で受付した際に分かります。

紹介者は大切な役割です。

紹介者がいる場合は、車情報の発行(送信)から2日以内に印刷し届けるようになっています。

紹介者への発行の場合は、「●集客担当者名●様、の車情報が発行されました。など冒頭で指示を出すようになっており、その簡単な雛形も編集で、冒頭に添付するのみで行えるように準備されています。

紹介者は、それを印刷しお客さんの元に届ける設定に応じて行っておりますので、基本的に趣旨を外れる事はありません。

これでご利用者が車情報を見ていろいろ考えます。

送信時点で発行の完了です。

電話を入れるのは、発行から3日目です。

間髪入れずに電話との運びもありますが、お客様のお申し込み後でも設定が出来ますので柔軟に対応します。

電話を行う。

基本での対応方法は、あくまでしっかりと明確にを基本に、そしてほんそ少しだけフレンドリーにが1番有効です。ここでのフレンドリーとは、お友達のようにというのではありません。

教えてあげるという意味です。

あなたは車に応じて適切な判断をしてゆくでしょう。
その時、ひょっとするとうまくゆくかも知れないという車が分かるようになつて来ます。
そんな時に、「手放す車の価格ですが、最上限の価格から行ってみませんか？」
と誘導しやすくなります。

有効なのは、やはりメリット回答です。
メリット回答を使い果たしましょう。

基本対応が分かったら対応に必要な内容を把握します。

お電話で確認する事項は以下です。
会社名や担当者名は当然ですので省きます。

・紹介者のお名前の確認。
集客担当者へも安心も与えますので必ず伺います。**どこで知ったか※**

・お申込者の氏名の確認とインターネット接続環境の有無。
氏名が明確である事を確認し、接続環境を確認します。

・お申込者の電話番号の確認。
電話が通じた時点で、身元がしっかりと分かり業務に集中出来ます。

上記は絶対事項です。
電話が通じた時点で確認で3点ある旨を告げ確認します。

特に紹介者のお名前の記載がなき場合は、**※どこで知ったか**を確認し集客ツールと関連させ聞き出します。

車情報の解説を行います。

車情報を見られたか確認します。

確認がまだでもさっくりと、明確に解説すると印象的です。
見た場合と見ていない場合、いずれでも同様の対応を行います。

見ていない場合でも手配をし、ピンポイントで説明を行うと、まだ車情報を見ておらずとも安心頂けます。

事前にどこがメリットか把握しておきましょう。

また、車情報が届いていない場合は送信などし対応します。

車情報がどのようなものであるのか伝えます。

不安定な中では、ご利用者もどのような情報であるのかが曖昧で、車情報の中に記載されていても彷徨います。

車情報には、しっかりと調べ確實な価格が記載されているはずです。

ですから、ここで順を追い状況を把握します。
「車情報の使い方はお分かりになりましたか？」
「車情報で発行されておりますのは現在確実に買える価格です。」
「ここから価格を決める事が出来ます。」

確実に買える事をお伝えするのを忘れないでください。
起点が曖昧になってしまいます。

これで明確な判断が行えます。

次に教えてあげる手放す車の特別な価格。

まずTOPページで記載している特別な価格をお教えします。

これは広告による対応です。

手放す車をお持ちの場合必要です。

うまくいかない可能性がある場合など理解しやすいように伝えます。

適切な価格の設定を行います。

価格設定をお客さんと決めます。

ここで価格に応じどの機能か、変更があればどのような事をすれば簡単にナビゲートします。

価格を決めかねておれば後日。

基本いかなる価格でもチャレンジ頂けます。

その都度、しっかりと手元に残る価格をお客さんと確認し記録します。

やってみないと分かりません。

どのような条件でも頑張るようにしましょう。

うまく行かない場合でもあらゆる可能性で完了出来ます。

買取希望の有無を確認します。

お急ぎの場合の方もおられますので、買取希望の有無を伺います。

買取額は、幾分高く買い取るようになっておりますが、基本的に提供機能が高度ですので、この機能で補い考慮する事も出来ます。

価格を知りたいとのご要望は、しっかりとした価格をお出ししますので改めて連絡します。

各機能での提供が可能ですので、この事を考慮し価格が少し高くとも大丈夫な場合もあります。

買取の担当者と決定します。

ご利用を促します。

ご利用料金の案内を行い、ご利用が開始された後の流れを忘れないようナビゲートします。

ご利用者からの質問などは、最適なご利用方法を行うようにします。

またナビゲートは、段階ごとに行います。

対応内容は、具体的な対応のまとめで紹介しています。

対応が誰でも行えるよう、しっかりと記録を残してください。

これで当初の対応は終わりです。

基本的に車を購入する場合と、手放す場合の対応のみです。

入金があれば、ご利用開始のナビゲートに入ります。

また簡潔に記載していますが、ご利用者の希望によりご利用料金の納付前に手放す車の価格を決定するなど状況が違います。

基本的に価格設定は、ご利用後でも行えます。

お気軽にご利用頂きましょう。

ご利用開始のご案内。

この案内は、入金確認後に行います。

この時検討中である方は、ご利用を促しましょう。

「ここは良いですよ」「今ならすぐに手配出来る車があります。」と少しフレンドリーな雰囲気でご利用を促すのが良いでしょう。

入金が確認されると専用の雛形でメールで伝えます。

この雛形には必要事項が記載されています。

オートオークションの管理画面のパスワードなどの編集を行います。
直感的に編集部分は分かると思います。

編集すると送信します。

この場合の送信は、集客担当者がいてもご利用者へ直接行い、インターネット接続環境がなきお客様の場合はお電話で確認し写真提供を集客担当者を通して行なう事をお伝えします。

お電話で入金完了の案内

この時に、手放す車の価格決定がまだな場合や、ご利用の状況の確認をしっかりとお伝えすると安心頂けます。

特別オファーの在庫提供がある事や、お気に入りの車があればすぐお伝えしナビゲートします。

車の確認はホームページのTOPページに記載されていますので参考にして頂きましょう。

ここからは、在庫情報提供と車の確認、納車手配から完了までの作業を行うだけです。

基本的な対応の仕組みを覚えます。

簡潔に述べるには、しっかりと仕組みの把握が必要です。
常にホームページの設定で進行します。

基本

買いたい場合の対応と、手放す場合の対応、
そこに特別オファーが入るだけです。

対応は、基本的に何らかのアクションがある場合と、催促を行う場合と
があります。

手放す価格の変更があれば、常時記録し、ご利用の途中で別の機能
へ変更になる場合、料金が発生する場合、料金体制の詳細と、変更
機能を紹介するといったごく普通の対応です。

ナビゲートとは誘導する事です。次にお客さんがどのようにすればよ
いのか路頭に迷わないようにします。

次にどのような作業が必要か意識し伝えてください。

段階を把握すると
車選びの後は、お申し出頂くと車の確認など
ピンポイントで分かりやすくナビゲートします。

これらを伝えるとスムーズにお客さんが動きます。

全ての方が同じ設定で車が買える
ホームページ設定をうまく活用しましょう。

具体的な対応のまとめ。

必要な対応は流れに応じて行えます。
ナビゲートする場合は、次の流れを紹介出来ます。

受付

入力フォームにある情報が取得出来れば電話でも可能です。

買いたい。

車情報発行

(制作から発行完了までの作業です。)

電話での確認

(車情報、サービス趣旨に応じご利用を促します。)

購入希望の車種変更

(車情報の請求で購入希望の車に変更があれば決定し進行します。)

車選び

(お気に入りがあればお伝え頂きます。)

在庫の提供

(Livecar stock、特別オファーの提供を行います。)

車の確認

(所定の車の現状確認をお客さんと行います。該当する機能の注意事項や自動車売買契約書が効力を有す段階である事、料金発生の有無をナビゲートします。)

見積もり

(総額での購入費用の確認を行います。)

購入意思の確認

(購入するか否かをしっかり確認します。)

車の手配

(各機能、サービスに応じ入札、落札後の連絡、必要書類の手配を行います。)

納車手配

(陸送など打ち合わせを行います。)

納車後の連絡

(納車後、古物許可での確認と所定の作業を行います。)

料金発生時期が含まれますので確認を忘れないでください。

売りたい。

車情報発行

(制作から発行完了までの作業です。)

電話での確認

(車情報、サービス趣旨に応じご利用を促します。手放す価格の相談や取り決めが必要です。)

価格の決定

(手放す価格の決定を行い、お客様の手元に残る価格の確認をしっかりと行います。各コースによって料金が発生します。必要機能の紹介であらかじめナビゲートします。)

価格変更

(サービス趣旨により価格変更があります。事前に価格の変更をナビゲートし変更があれば、「価格の変更」作業を行います。)

車のスタンバイ

(各機能で必要とされる場合、集客担当者での代行、各自で行うのであればスタンバイセットをダウンロード頂き手配します。)

各機能の変更

(基本価格を元に価格が変更されると、実際のご利用者に訳を伝え提供しやすくなる場合があります。変更になる場合は、発生料金と機能の変更に応じた対応をナビゲートします。)

購入意思の確認

(双方の合意事項がある場合は、必要な処置をナビゲートします。しっかりと購入意思の確認を終え次の手配に入ります。)

車の引渡し

(各機能やサービス趣旨に応じた手配を行い打ち合わせを行います。ご利用者同士が購入、手放す場合、双方に確認が必要です。)

売買料金の振込

(購入される側の入金が確認されると、手放す側に売買料金のお振込先の伺いや入金を行います。)

手放す車がある場合は、価格変更や価格決定がある場合を含み、料金発生がある場合があります。

トラブル対応。

基本的には、特別な場合がなき限りサービスの所定を超えてのお取引は行わないようにしております。
自動車売買契約書の内容はしっかりと確認ください。

中には何らかの発生トラブルがある場合もありますので、クレームなどは、内容をしっかりと把握し対処し記録します。

傷などは、陸送を行う際に発生した場合もあります。
このような時は、陸送業者に確認を行います。
大抵は発生要因がありますので対応が簡単です。

基本「いつも困った時に何とかしてくれる。」が、原則ですから、例えば車が気に入らなかった場合や、失敗した場合などには、サービスの機能を用いて何とかしてあげられます。

安く買っていると困った時でも、再利用しても損害は最小限で済むからです。

お金の請求がある場合は、1番慎重に行います。
小さな金額とっても、この性質を利用すると例えば車を買っても気に入らなければ即返金などのノウハウが裏で流れ、小さな心配りが逆に仇となります。

ですから通常業務からしっかりと把握し、感情的になる場合も心を抑え、誠心誠意必死に対応しましょう。

ご利用禁止処置によるリストの制作。

通常でのほとんどが何とかなります。

しかし少しの気の緩みで大きな損害に成り兼ねません。
近頃では、気に入らないを理由に態度が急変する方もいます。

ですから、仮に重大なトラブルが発生した際の為に、その人物の住所や氏名と内容などをリストアップします。

重大な取引先では、何らかのトラブルがあった場合、それは「どのような流れでしょうか？」と誰からのクレームかを聞きます。

すると該当者がいる場合がいます。
その時は、それ相応に対処を行います。
運営阻害行為を行う者もいるからです。

以下にリストしている内容で何となく掴んでください。

既に当運営でのリスト者を掲載します。

谷口友紀(女)京都府

話の疎通をさせず悪態を付き業務を放棄。

業務続行を困難にしオークション取引の阻害通報をし業務を妨害。

大久保学(男)福岡市

エンコードではなくまるで解読出来ないメールを再三送り付け、話の疎通を図らず不穏な態度を取続け業務に支障をきたした。

下田香代(女)東京都

業務参加であったようだが、当社のキャッチコピーを連呼しその後拡散が確認された。

谷口同様に市場調査員である。

他社のノウハウを漁っており送り付けていた。

コンサルティングなどのネタにされているのが伺えます。
同類サービスや似た表現が更に増える恐れがある。

通常運営で注意が必要です
サービスの利用でも全て記録しましょう。

車が売れる「煽り」。

ここで1番重要なのは、車が売れるメカニズムです。

単に車情報サイトに陳列しておけばいつも売れるという訳ではありません。ここで、1番重要なのが、先ほど出て来た衝動ではなく「煽り」です。

「煽り」とは、こちらでは怒りを煽るのではなく
「ある原因により別の影響をもたらす事」として考えます。

人が物を買う時に考える事を考えてみましょう。

例えば300万円の車が同年式で全て平均的な価格だったとします。
この時にほしい方が考えるのは何でしょう？

「これは高い」
「これはふっかけている」
「仕入れはもっと安い」
と考えます。

その時に考えるのは、当然
「もう少し安いので良い車はないだろうか？」
と考えるはずです。

その時にうまくひっかかるのは当社が各機能で意図的に提供している EconomyタイプとLittleタイプです。

しかし彼らはこう考えます。
「この車は何かあるのではないか？」

そこで理由を付けて販売します。
例えば、
「早期に手放したいので格安に出品します。」
「仕入れ価格同様の価格です。」

もちろん良い車ほど早い完了が可能ですが、独特的のスタンスを自動で演出出来ます。

しかしここで強者がいます。

「こいつはまだ安くなるに違いない。」
と考えます。

実は、このメカニズムを確率する為に別の商品の価格を見ながら検証をしています。

この時に、どのように煽るのかという問題ですが、これを上手く導きます。

煽りとは、「ある原因により別の影響をもたらす事」です。
では、ある原因を作ります。

実は、この時彼のようなタイプは、いつも毎日の日課のように価格を見ています。

このような方が沢山おられます。
すると当初の300万円という価格を記憶しています。

そこである原因を意図的に作ります。

価格を引き上げるという事です。

仮に400万円に達すると

この強者は「まだ安いに違いない。」から、「あの時に買っておけばよかつた。」に変わります。

しかし、このあの時とはどういう事か？

300万円であれば売れるというシナリオが出来るのです。
これが売れるという現象です。

この部分を考え意図的に仕掛ける事です。

しかしここで注意があります。

一般的には、高くする事で売れると思っている方がいますが当然売れる数は低くなります。

買わないようになっている方が大勢いるからです。

ここで考えられるのは、「価格が高騰し出したから仕方なく」という角度と、「他で異常な価格が付いているから」です。

ですから今までの過程で2回売れる可能性が出てきますが、後者では、他店の車を売るだけのいい人になってしまいます。

例えば、2000GTという旧車があり当時2000万円で販売されTVにも出た有名車がありました。
売れた形跡はありません。

しかし別の2000GTで1億円の車が出ました。
そこへ釣られて2000万円から3000万円へ引き上げました。

この時価格で並べばどうすれば「煽り」を得るでしょう。
もちろん前者が元の価格に戻した時、もしくは、後者が2000万円に価格を戻した時です。

「あの時買っておけばよかったです。」は、
「買える。」に戻るのです。

ですから年間を通して元の平均価格を記録しているうまくゆきます。
そして前者のようになると「こいつは舐めている。」と思われます。
こうなると「誰が買うか」になり価格を落としても困難になります。
適切な価格設定はとても重要という事です。

すると、お客様への設定もこの価格なら売れるとお教え出来ます。
特別な車ではなく平均的な車で行いやすい方法です。

業務中に価格での煽りも使えます。

「煽り」を自動的に作ります。

お客さんを集めて来た集客担当者の為にも全て売り尽くします。

その方法も簡単です。

通常は、車を手放す際に価格変更があればお客さんからお知らせがあるのが現行の仕組みです。

この時、高額な場合車を見て「煽り」で行けるかを考えます。

そして価格を逆に上げ、適度な間隔を経て下げます。

この時必要なのは、出品費用などが発生する場合もありますので、お客さんに伝えする必要もあります。

また、こちらの作業だけでも行えます。

価格を下げる場合は、残る価格の確認は厳守ですが、指定価格以上で行う場合は、お客さんとの残る価格の確認は不要です。

これを行うとある程度の一般市場価格も維持出来ます。

お客さんとの約束以上に高く売れた場合は、お客さんに還元します。

インターネットオークションをご利用者への提供は、公開されている対応でさらに行いやすくなっています。

お客さんと戦略する事も出来ます。

通常はサービスそのものが永久的に煽りが得られるように、数字の不思議で車が買えるよう計算され作られていますので、常時煽りが得られるようになっています。

価格変動を用いる煽りは、好ましいとは言えません。

お客さんの為に使ったほうが良い時、予備的な戦略として覚えておきましょう。

相手に話させる極意。

お客様は意外とシビアで、お気に入りの車以外のものをすすめられると嫌がったり逃げたりします。
これはよほどの好条件でもない限りの一般傾向です。

当社のサービスでは、成約に至るまでの時間の短縮も意図的に行われるよう誘導しています。

その中の代表的なものは、値引きや車種変更です。

値引きでは、早期の成約で完了が試みやすく、車種変更は、お客様の口から話させる事が出来ます。

すると成約可能性が上がります。

ですから、特別オファーでは、車種変更などを呼び掛けています。

ご利用中には、なるべく言わずして、お客様から希望を出して頂けるようにうまく誘導する術を身に付けましょう。

お客様に話させるのが一番の近道です。

サービス特性により、販売完了後の車両の販売も行えますので、年数を追う度に在庫にも困りません。

お客様のご希望に添えるよう、良い時には良い情報提供を行いながら、うまく誘導してあげましょう。

最終作業を行います。

納車が終わると、納車された車に問題がないか納車後の確認を行います。

現車が車の確認状況と違う場合などは対処します。

この時、お電話でその旨をお聞きしますが、その際にとても大切な作業があります。

車情報でお出しした次回に購入出来る価格をお伝えします。
「400万円以内であれば0円で車が買えます。」

感想なども伺い喜びを分かち合いながら3年後に次回に残る価格を3回ほど伝えます。

大抵に方が必要となった時に必ず思い出します。

また次回のご利用通知がない事や、車検でも部品交換でも真っ先にご連絡頂くだけで良い事もお伝えしておきましょう。
特別オファーの事を簡潔に伝えます。

そして、この Live car(ライブ・カー)を忘れぬよう、集客担当者がコンソールボックスに自分の名刺を残して頂きリピーターとなってくれるよう記録を残す作業を行うようになっています。

そこで集客担当者に、報酬確定の雛形を用意しておりますので、収入が発生した旨を連絡し次回に残る価格などの詳細を伝えます。
すると集客担当者が作業に行く仕組みです。

紹介者が伺う事になっている事もお客様にお伝えしておきます。

「次回も是非ご利用ください。」

「この度はお買い求め頂き誠にありがとうございました。」

「失礼致します。」とお伝えし全業務の完了です。

成約とご利用者のメリット(予備知識)

売れなければ無意味です。
お客様のメリットは大切です。

売りやすい方向へ誘導する事を常に考えておきましょう。
それを並行してメリットへと系統付ける事が大切です。

既に車情報で提供する基本価格は、売れやすい価格であり、通常ではまず不可能な価格である事がご利用者も分かっています。

車を手放す時の価格設定で必要なのは、駆け引きです。

もちろん、一番高い一般市場価格の取扱となるSteadyタイプでも売れるからです。

この仕事の半分は、常に売り捌く事を考え、次の要領などをうまく伝えておく事です。

これが行えると1番高い価格からでも徐々に価格を下げる設定も違和感なく行えますし、指定の価格外で交渉があれば、上手く繋ぎやすくなります。

何でもやってみましょうと頑張るのは良い事です。
しかし売り捌く事が重要な役割です。

この事をいつも頭の中に置いておくと、これが駄目であれば、次はこのようにしたほうが良いと次の事も伝えます。

系統付けて次の行動を伝えておくと、嫌がられる事も少なく、すんなり次に進みやすくなります。

業務を極めましょう。

特別オファーの取り扱い。

基本的に繋ぐだけです。

大型車から軽自動車へ、軽自動車からかっこ良かったあの車に乗りたい方も、価格も付かず諦めていた車でも幸運が訪れます。

同額の車でなくとも、例えば新型が出た直前に旧型が良い場合から、最高級車が手数料のみで買える夢の機能です。

このマッチングは、プラスとマイナスを合わせるだけ、例えばクラウンを希望であればクラウンを、その中で交換希望があれば交換での希望条件を伝えOKすれば完了です。

この時の提供方法は、特別オファー簡易版雛形と、在庫情報を駆使し、意思確認を行うだけです。

この特別オファー専用の雛形も用意しています。
車情報制作の要領でお客さんで判断出来ます。

基本的な制作方法は、通常利用と同じです。
強いて言えば次回に残る価格が、交換などに応じると通常以上の価格が残りオーナーのものになるというものです。

この在庫提供は、Livecar stock (Live carで手放す方の車) でも同様の方法です。
これを行うと、あとは車を確認し購入頂くだけです。

仮に交換でも400万円台の車を50万円で買っても次回残る価格が280万円なら230万円の儲けが出るのであります。

基本的に通常の車情報よりもシンプルですので、通常の車情報をシンプルにしたほうが良いようにも思います。

集客担当者の管理

伸び続ける仕組みを持ちますので、どこのプロがどのような事を話そ
うと、政治家が圧力を掛けようといつまでも伸びます。

よく煮え切らぬキャッチコピーも目にしますが、曖昧な運営より、目的
に向かい努力するほうが百倍素晴らしいです。

この仕事は、集客担当者の活用で、企業努力より、お知り合いを優先
する仕組みを採用していますので、日本中の方にご利用頂ける仕組
みを意図的に組入れ採用しています。

どこを管理するのでしょうか？

それは、集客担当者です。

この仕組みを簡単に言うと、集客のみに専念する担当を置く事で、常
時爆発的なお客さんを集めるものです。

この恩恵で利益の低下まで避けます。

彼らのお仕事と一緒に業務があります。

まずは、集客担当者がどのようなお仕事を行っているか2つある専用
のマニュアルを見て把握しておきましょう。

このサービスでは、最上限の価格で手放せる機能もありますので、集
客担当者の収入になるまで時間が掛かる場合もある事を知っていま
す。

ただ待つだけでは愚かです。

ですから当社独自の仕組みを生かし高速で完了を試みます。

連動した業務

集客担当者のお仕事は、わずかな手配を行うだけで成約率を高めるノウハウを融合しています。
それはお客様元に伺う業務です。
これを指示します。

指示といつても毎回苦を感じるほどの指示を出すのではなく、次の指示を出すだけです。

この指示は、車情報の上部に次に何をやるのかを添付するだけです。

この指示内容も雛形をご用意しています。

この編集は、集客担当者のマニュアルを見ても分かりますが、ほぼ直感的に分かります。
ですから集客担当者は、初心者でも仕事を覚えやすくなり、業務を拡大した場合も作業が行いやすくなる工夫でもあります。

この指示は、集客担当者がいる時だけのものですが、成約率が飛躍的に高まります。

しっかり状況を伝えましょう。

マニュアルを提供した彼らは、会社さんとして増員した時も大いに実力を発揮し業務に専念出来ます。

初心者でも収入となりやすいよう、計算され作られた集客担当者のお仕事と強烈に連携させましょう。

動力を無駄にしないよう管理します。

集客担当者の誰ひとり収入を得られない事がないようにします。

彼らが活躍する為に必要な技術や仕組みの説明をご覧頂くと、当社の仕組みがどのような構造か分かります。

これを行うには、そう難しい事ではありません。

この仕組みは、ただ売れるのを待つだけの仕組みではなく、常時販売を完了させられる仕組みです。

この流れは、第一陣として新規お申し込みがあります。
既にお待ちのお客さんへこの情報を提供し成立すると完了です。

まず、これが毎日あります。

集客担当者は、次の日にさらにお客さんを連れて来ます。
第二陣、第三陣と日々完了確率が上がります。
完了とは成約した事です。
常時集客の進行で時間差が出ても完了して行きます。

しかし、これだけでは補えない場合があります。
ここで特別オファーの特性を発揮します。

あらゆる観点から完了を試みる事が出来ます。

通常でのマッチングのみではない完了を望めます。

では、集客担当者の誰ひとりとて収入にならない事がなきようにするには、どうしたらよいでしょうか？

収入から完了を試みます。

集客担当者の収入を管理すると、連れて来たお客様が求めている車や手放す予定の車が分かります。

ここで特別オファーの特性を生かします。

この仕組みでは、ご利用中にうまくゆく傾向などをサポートし、ご希望条件を自由に変更頂けるようになっています。

変更で一致するとここでも即完了です。

そして誘導して在庫を完了させる方法がサポートです。

ここでのサポートは、相手がOKすれば成立ですから、相手に意思を聞かねばなりませんが、傾向を伝えOKが出れば完了だけです。

ここでも完了です。

しかし、1番重要なのは、車の新旧でも価格の上下でもありません。活用してくれそうな方を探す事です。

では、どのような方がOKしやすいのでしょうか？

同額の場合（同一価格帯の車を繋ぐ）

大型車から小型車（双方を繋ぐ）

足代わりにほしい方（高級車をお持ちの方の足代わりや、安ければどのような車でも良い方など）

高級車両がほしい方（同一の希望条件をお持ちの方）

その他、

ボロボロの車でも同じですが、例えば、工事現場などで働く方などは、現場で傷が入る事を予期した足代わりの車があると便利です。

この方法は、集客担当者の業務で誘導していますが、この手の車でも完了しやすいのです。

うまく活用してくれそうな方を考えてみましょう。

活用してくれそうな方を導き出す技を磨きます。

例えばロールスロイスなどでは、どのような方が活用してくれそうでしょうか？

普通の方はあまり乗りません。

活用しそうな方を考えると高級ホテルの送迎用ではないでしょうか？

例えばリムジン

しかしリムジンとくれば靈柩車や社長の送迎

1500CCクラスを手放したい方でその車を活用してくれる方は？

足代わりでも良い方など

ではGTRをお持ちの方であれば？

カッコイイ系、もしくは経済的な車に移行？

このような部分部分がご利用者のお申し込みでも分かりますし、車種変更などを行った際に分かります。

ここでも完了します。

万が一、そのような車両がない場合や、足りない場合は、集客担当者に指示を出します。

すると、収入になりやすい車として指示を出すと、その車を狙い撃ちして集客を試みる事が出来ますので、収入にもなりやすくなります。

集客担当者で収入となっていない方は誰ひとりいないはずです。

注意する事は希望変更は促していますが、先ほど触れましたがお客様のご希望を無視するとお客様に敬遠されます。

ですから足りない車は、集客担当者に指示を出し、完了しやすい方法を採用しています。

先ほどの第一陣
その第一陣が続く第二陣
さらに第三陣、との間で3日です。

これだけでも日数が消化してくれそうです。

集客担当者が一番気になるのは、収入額です。
収入となっていない方を優先し、ご希望の収入額に合わせて、思い切って完了を試みます。

このような時は、収入額が多くなる車から繋いだり、すぐ完了しそうな車から開始すると、お仕事の継続性まで増します。

お客様へのメリットを把握しておきましょう。

500万円の価値のある車で、同等の車で交換を希望されていた場合は60万円程度で買えます。
しかし現金化する場合の通常利用でも設定は、同様の価格が基本ですので、現金で買いたい方があればどうでしょう。

ここでも完了です。

サービス内で自由自在に完了を試みる事が出来ます。

当然この価格内であれば0円ですし、交換で次回に残る価格が340万円であれば、残る価格はお客様のものですし、この価格内であれば0円で車が買えます

あらゆる条件下で完了が行いやすくなります。

集客担当者に多くの収入を得て頂く両立が出来ます。

もっと楽に仕事しましょう。

お客様を繋いでゆくという作業でもありますが、ここでは、すぐにマッチするものと、提案すれば行けそうなもの、お気に入り待ちなど多くの要望が待っています。

該当車両があれば完了です。

ここは、もっと楽に仕事をする術を見に付けましょう。

裏で現場を見ているとご希望条件が分かり、どのような車であれば早期に完了するかお客様の誘導もしやすくなるでしょう。

素早くこれらが行われる事です。

これが出来ると、別に交換を希望しているお客様がいる時だってへっちゃらです。

これには、4次元画面を制作を提案しています。

提案していますというのは、あなた方がこのマニュアルを見る時には私は、この仕組みを手放し第一線を退いているからです。

では4次元画面とはどのようなものでしょう。

お客様のご利用状況

お客様希望の車の状況

特別オファー

集客担当者の収入状況

といった4つの要となる画面からなるシステムです。

この基本とする4次元のシステムでは、これらの状況が全て把握出来るもので、顧客管理システムの発展版といえばわかりやすいでしょう。

さらに先ほど出て来たお申し込み直後に完了する第一陣のマッチングなどの手配が行えるようにします。

特別オファーで、懸賞金付きで、あらゆるマッチングが、過去のリストから、新規申し込みから、特別オファーから一元化出来、対応を行うだけで良いシステムを提案しています。

単純に一致した時点で完了という訳です。

これをデータベースを元に車情報の発行から、次の指示、もちろん一番大切な集客担当者の収入額から、誰ひとり収入を得られない事がなきよう車を繋ぐ作業もボタン一つです。

このようなシステムが、一夜にして800億円もの投資額が付いた、Facebookのようなシステムもありますが、1000億円以上の価値のある収益性を生み出す本物のシステムです。

よく考えてみてください。

車の販売ではなく、爆発的な完了のみを行う仕組みはありません。

いくら技術と謳っても、それを可能とする仕組みがなければ、無駄なシステムでしかないからです。
私が開発したこの仕組みにはこれがあります。

業務で煩わしくなる事もあるでしょう。
ここをこうすれば、という事を我慢せずに考えておきましょう。
そしてその案をいつも担当者に出してみてください。

さらに完了が進化します。

見積もりもボタンひとつです。
業務そのものも進化します。

あと10倍は業務が進化するはずです。

特に集客担当者の管理は重要です。

一見大変そうですが、自分が頑張れば頑張っただけ帰ってくる仕事と
いうのは尊重すべきものです。

収入から売れる車から全てを完了します。

この方々が10万件20万件と規模を拡大します。
この事でさらに高次元の完了が可能となります。
そのような方が十万人と集まるのです。

どのようなシステムを完成しても彼らを裏切ってはいけません。

これらのビジネス担当者とも抜群の連携が行えるようになっています。
集客担当者の業務を行う方には、
ほんの少しの試みの方にまで喜びを与えてください。

苦しい時も辛い時も

私は、2000万台でも車が軽く売れる仕組みを見据えました。

「**全てをうりさばく**」を合言葉に誰ひとり収入がなき方がいないよ
うに、いかなる時も頑張ってください。

最後に。

車を買って頂くには相応の仕組みが必要で、それを可能とする仕組みをほぼ全て整えました。

集中業務化で得た数多くのお客さんは、喜びを感じてくれるでしょう。

一見似たようなサービスが出来てもまず及ばないと思います。

全ての常識を覆します。

このサービスは日本中で、「現在公道を走る全ての車を在庫にしたい」という、日本中の方にご利用頂きたいという当初の構想からここまで煮詰まりました。

世界でも行えその通りとなるでしょう。

ですから、それに似合う対応をさせてください。

この仕事は、あなただけが行う仕事ではありません。

いつも誰かがこの運営を大成功に導こうと活躍しています。

「限界なく収益したい。」

私の思惑は、必ず成ります。

私は、体が悪い事もあり退きますが

ここから先はあなた方が支えてくれるはずです。

私がどのような想いで完成させた仕組みであるか

決して忘れないでください。

いつも成功させる強い意思を持ち業務を行って頂ければと思います。

私がいた事で、あなたにも恩恵がありますように

Live car(ライブ・カー) 代表 古賀 一博