

買取査定の頻度を上げよう！



在庫車確保は査定から！

大手買取専門店の躍進が騒がれてから月日が経ち、消費者の中では「乗り換え・売却の時は買取専門店に行く」ことが当たり前になってきた。もちろん乗り換えの際は新しく買う販売店に下取りとして出す場合もあるだろう。これだけ競合する店がたくさんある中では買取を諦めている経営者も多いはず。しかし、ユーザーから買取が出来たらどんなに良いだろう。そこで今回もTポイントを活用した買取査定の事例を紹介したい。

アンテナを張っているユーザーに訴求！



付与するポイントの前後はあるが、これに【車種を限定する】【期間を限定する】などを盛り込むことで効果も出しやすい。

まずイメージしてもらいたい。乗り換えを控えている・売却を考えているユーザーの心境として「どこで査定をお願いしようか」が頭の中にある。ネットで調べられるユーザーが多い近年、他にも大手買取専門店もある。そんな時、いつも通勤で通る道にTポイントののぼりが立っており、道路脇に「査定で500ポイント!!」と書いてある看板が。売却を考えていない人にはひっかからない看板がターゲットには目に入ってしまう。しかも、ただ単に査定するのではなく、査定するだけでTポイントがもらえる特典付き。

T会員なら気持ちが動くだろう。このように、今まで全く買取案件がなかった車販店でもTポイントといくつかの

ツールを使うことで可能性が広がる。仕入れのルートが増えることは経営にも影響するだろう。

いくつかのレポートを書いてきたが、改めて書かせてもらおうと、これだけ認知されている共通ポイントは他にない、ということ。よく見かけるチラシでは「来店されるとBOXティッシュプレゼント」などモノで来店誘致するケースもあるが、今のユーザーはモノには釣られなくなっている。欲しいものは自分で選びたいのだ。たくさんの店で貯まる便利さ、貯まったポイントを自由に使える汎用性、これらを網羅したTポイントを是非活用した集客をしてもらいたい。