

# ENEOSエコフォースGエクストラ & ENEOSエコフォースD 販売のポイントを徹底解説!



車齢の長期化やエコカーの普及により、注目度が増しているエンジン清浄剤。一部の車種では定期的な注入がメーカー指定のメンテナンスになり、カーディーラーでは車検の見積書に「エンジン清浄剤」が記載されるようになるなど、重要性はますます高まっています。9月のセルアウトコンテストの成功に向けて、押さえておきたい販売のポイントを紹介します。

## 知識習得



エコフォースは燃料油タンクに入れるだけなので、誰でも販売できるのが魅力です。一方で、商品知識があいまいだと、「本当に効果があるの?」と質問されたときに上手く答えられず、お客様に不信感を持たれてしまいます。販売に取り組む際は商品知識をしっかりと勉強してから臨みましょう。

### 取り組み事例

- SSスタッフガイドなどを使った勉強会で知識を習得する。
- 販売トークをロールプレイで練習する。
- Yes! あんしんカーメンテチャンネルで基礎知識を確認する。

Yes!  
あんしんカーメンテ  
チャンネル  
(ENEOSエコフォース)



## 販売活動



エコフォースの効能だけでなく、「作業時間0分」「ENEOSが独自に開発した清浄剤」などについてもしっかりとアピールしましょう。給油時だけでなく、洗車や安全点検時も丁寧に説明することも重要になります。

### 取り組み事例

- 言葉だけでなく、商品の容器(缶)やメニューボードをお見せして効能を分かりやすく説明する。
- スタッフの体験談や他のお客様の感想をお伝えする。
- エコカーのメンテナンスに燃料油添加剤が不可欠なことを説明する。

## モチベーション向上



エコフォースのおすすめヒット率はキャンペーン上位SSでも2割程度で、1割を切るケースも少なくありません。そうした中でキャンペーン上位入賞を果たすには、いかにして声かけを継続するかが重要になります。一人ひとりのモチベーションを維持することに努め、最後まで集中力を切らさず声かけすることが販売本数アップのカギです。

### 取り組み事例

- 有効なツールや販売につながったトークなど、スタッフ間で情報を共有する。
- エコフォースの空缶を並べて展示し「売れ筋商品」をアピールする。
- 一人ひとりの成果をグラフで管理して競争心を刺激する。