

MITSUMORI

月刊 三森コーポレーション 2019 冬号
004



ピックアップ商品

リビルトバンパー

定番商品

リプレイスマフラー

写真のモデルは、三森コーポレーションの営業の坂口です

Mitsumori's Staff 中古部品マイスター

三森コーポレーションが誇る中古部品に関する プロフェッショナルスタッフをご紹介します



阿部 祐樹
YUKI ABE

主な業務: 販売フロント

座右の銘: 笑う門には福来る 勤続年: 17年

入社のきっかけ: 車イジリが好きで、仕事をさがしていたところ、求人誌に三森コーポレーションの求人を見つけて、面接を受けたことが、入社のかきかけでした。

趣味・特技: トイドローンを最近購入し、日々家の中で、操縦の腕を磨いています。まだ不慣れで、よく壁にぶつかり、墜落しています。いつかは、外で空撮をしたいと思っています。

休日の過ごし方: バイクやマウンテンバイクで、近所をのんびりと走っています。河川敷や田んぼ道など、気持ちの良い道を探しながら走るのが、楽しみです。

仕事で気をつけている事: 部品を販売する際は、自分のミスで、お客様に迷惑をおかけしないように何度も確認しながら業務しております。安心してご購入ください。

お客様へ: 寒い日が続いていますが、風邪などひいていないでしょうか? 毎日、笑顔で、電話対応をできるように、心がけています。ぜひ、お問い合わせをお待ちしております。

主な業務: 販売フロント

座右の銘: 継続は力なり 勤続年: 3年

入社のきっかけ: 以前、お付き合いのあるカー用品店で働いていましたが、その頃から元気よく丁寧な対応をして頂いていたので、私もお客様に喜んでいただける社員になりたいと思い入社を決意しました。

趣味・特技: 趣味は、学生時代からやっているバレーボールです。今でも平日週二回仕事の後に練習をしています。

休日の過ごし方: 子供が2人いるので、いつも子供たちと遊んでいます。2ヵ月に1回程度、バレーボールの大会に出場して汗を流しています。

仕事で気をつけている事: お客様のご要望に極力近づけられる商品をご提供できるよう心掛けています。

お客様へ: まだ入社3年目という未熟者ですが、一所懸命お客様のご要望にお応え出来るよう努力してまいります。お問い合わせをお待ちしております。



二階堂 純也
JUNYA NIKAIIDO



Mitsumori Corporation

株式会社 三森コーポレーション

〒983-0821 宮城県仙台市宮城野区岩切3丁目2番24号
部品のお問合せは: TEL 022-255-6564 FAX 022-396-1008
URL <http://www.3mori.co.jp>

定番商品

また、専用の治具を作る事により、溶接時間の手間が大幅に省けたうえ、純正品と寸分の狂いのない商品が出来上がります。ラインナップは乗用車タイプが多いですが、その中でも融雪剤の影響を受けて錆びやすい4WD仕様の車種が多いのが特徴です。遮熱板やハンガーなども錆びでポロポロになっている事も多いため、部品製作がどんどん増え、今では45種類以上の部品を独自製作し、車種毎に使い分けています。



素敵すぎる〜!!

隠れた
オススメ!

リプレースマフラー

今回は、大好評を頂いているリプレースマフラーをピックアップしてみます。リプレースマフラー? ってなに? という方もいらっしやると思いますが、簡単に説明するとマフラーのリビルト品みたいな感じだと思います。思ってもらえればいかと思います。錆びて穴が空いた部分に、新しくパイプやフランジ、蛇腹などを製作し溶接したものです。

溶接後は排気漏れチェックや錆び止め塗装を施し完成となります。ちなみにこのような技法は三森コーポレーション独自のものです! データーに基づいた車種の選定や、作業工程など他には真似のできない商品となっています。

ピックアップ商品

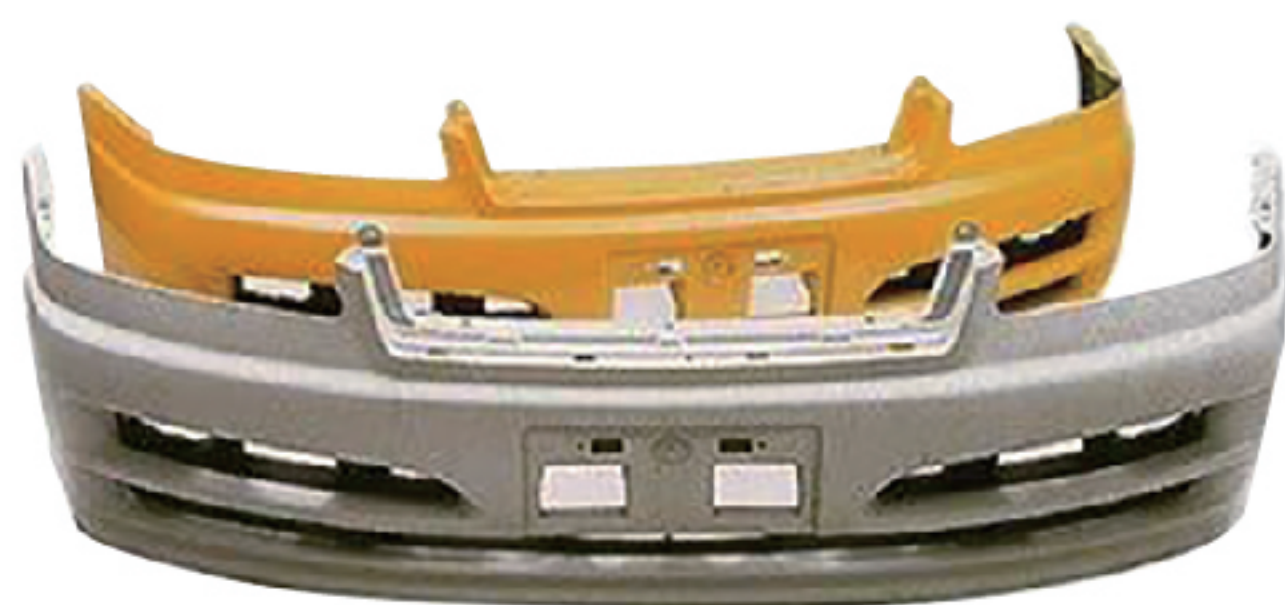


リビルトバンパー

車のバンパーが一番ぶついたり擦ったりしやすいですよね。中古もありますが美品は少ないのが現状です。そこで、リビルトバンパーなんてどうでしょうか! 簡単に言うと、傷やヒビなどがある中古品を丁寧に修理してある商品です。サフェーサー仕上げ品と色塗りカラー仕上げ品と2種類あります。カラー仕上げであればそのままポン付け出来ます。中には社外優良新品に色を塗って在庫している車種もあります。特に、塗装ブースをお持ちではない店舗様からは、「そのまま交換出来て楽!」と、大変好評をいただいております。



快適なドライブの
ためにも!



こんにちは!
三森コーポレーションの
営業の坂口です!

今日は三森コーポレーションの
人気商品を2点ご紹介します!

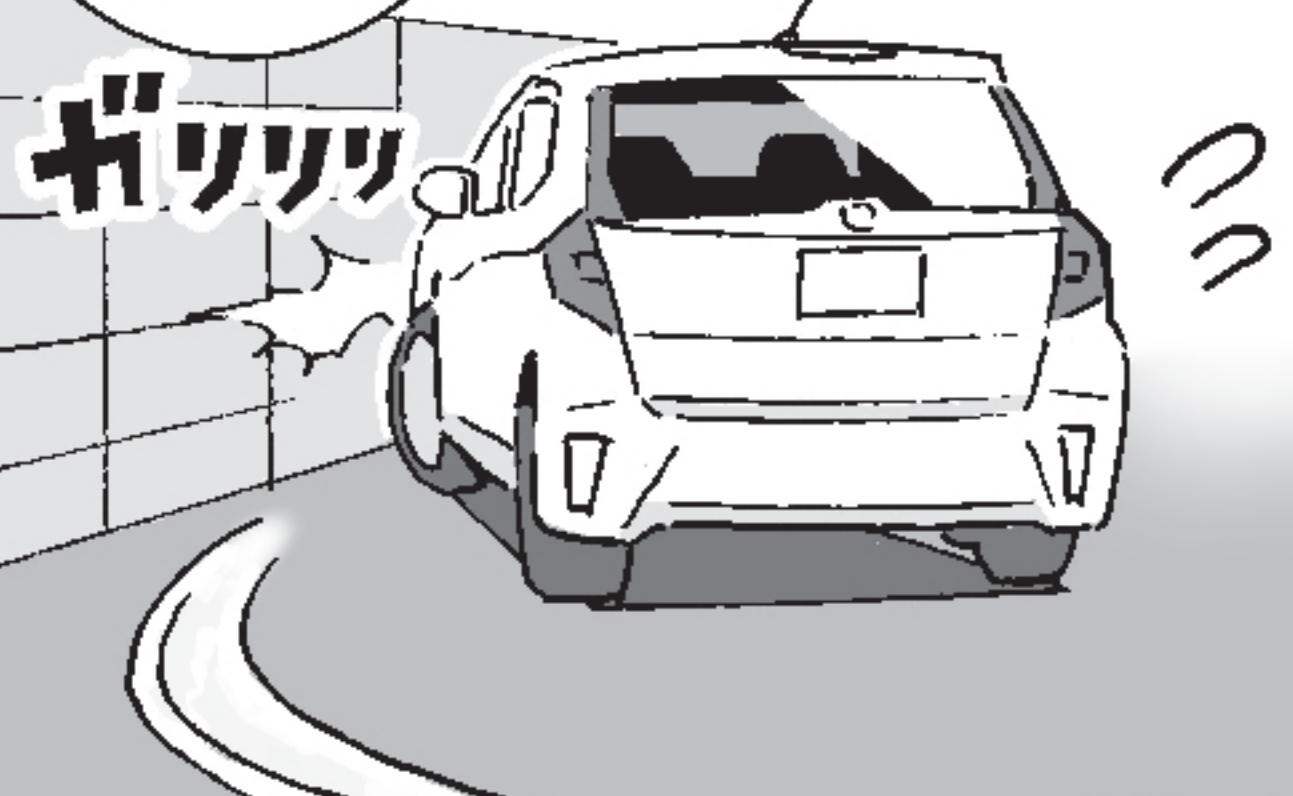
します!

自称公式キャラクター
モリヲ

営業 坂口

リビルト品

車のバンパーって
一番ぶついたり
擦ったりしやすい
ですよ



純正部品に交換すると
高額になってしまいます

ローン

リーズナブルに修理する方法に
中古品に交換する方法もありますが
美品は少ないのが現状です



そこでオススメなのが
リビルトバンパー
なんていかがでしょうか?

おねえさん
リビルドって何?

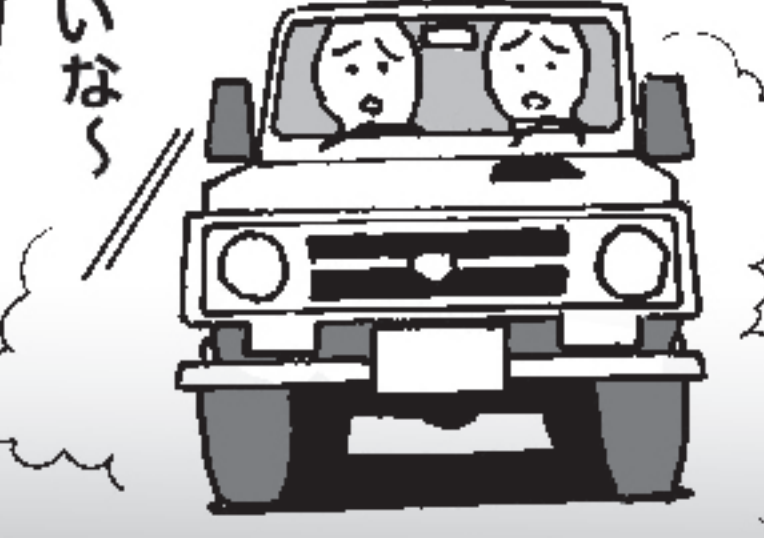


簡単に言うと
傷やヒビなどがある中古品を
丁寧に修理してある商品です



リプレース品

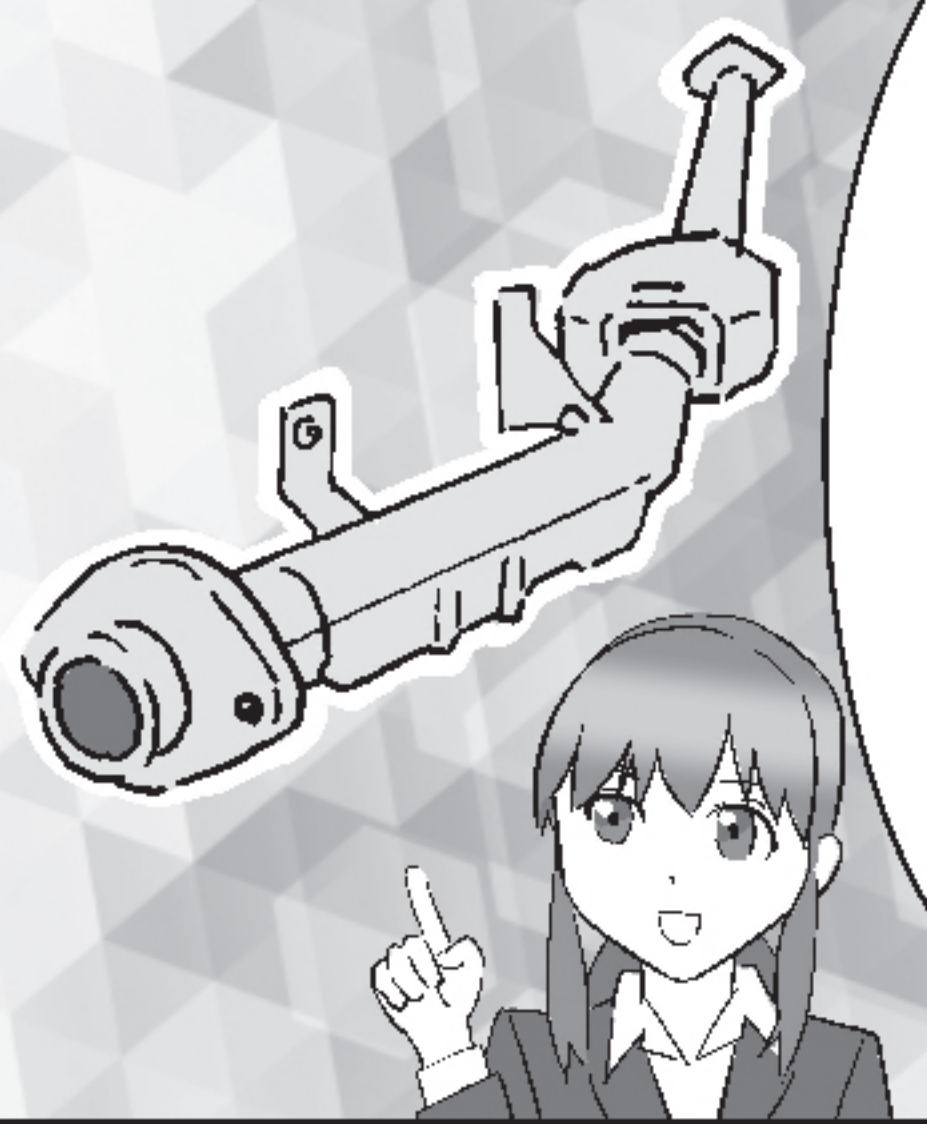
また意外と交換することが
多いのがマフラーです



※マフラーは
融雪剤の影響で
錆びて穴があきやすい

そこで
オススメなのが
リプレースマフラーです

簡単に説明するとマフラーの
リビルト品みたいな感じですよ

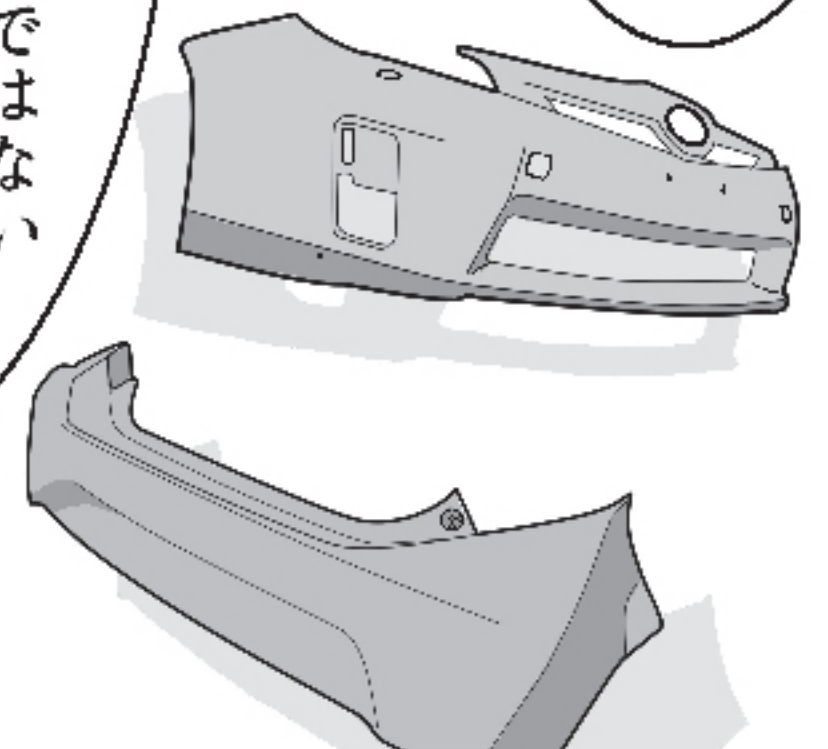


錆びて穴が空いた部分に
新しくパイプやフランジ
蛇腹などを製作し溶接したものです



また 専用の治具を作る事により
溶接時間の手間が大幅に省けた
うえ純正品と寸分の狂いのない
商品が出来上がります

社外優良新品に
色を塗って在庫している
車種もあります



特に塗装ブースをお持ちではない
店舗様からは
『そのまま交換出来て楽!』と
大変好評をいただいております

カービジネスの未来へのヒント

自動車業界とひとくちにいつても、販売店、整備工場、用品店など、SNSを利用しようとする目的は多種多様かと思えます。

車を販売することであったり、自店への集客だったりするかもしれないが、この目的をしっかりと鮮明化することがマーケティングでは重要となります。

「販売」が目的であればどこから販売につなげたいのか。

(1) 実際に来店誘致したい。

(2) カーセンサーやGoogleに誘導したい。

(3) 自店のホームページに誘導したい。

いずれかの目的によって、ユーザーの導線を考えなければいけません。

これはSNSに限らずでもありますが、まずは「目標を明確に決める」ことです。

「周りをやっつけて、流行っているから、なんとなく・・・」これでは、絶対に成功には結び付きません！

まずは「SNSで何をしたいのか」を検討する必要があります。

今回はSNSでしっかりと成功を収めるための方法をお伝えします。

自動車業界では、まず目的を明確にしてSNSをはじめましょう！

「自動車業界でSNSをしっかりと利益に結び付け、成功させるためには、必要なものはなんですか？」

「SNSに限らずでもありますが、まずは「目標を明確に決める」ことです。

「周りをやっつけて、流行っているから、なんとなく・・・」これでは、絶対に成功には結び付きません！

まずは「SNSで何をしたいのか」を検討する必要があります。

皆さんもプライベートでSNS（ソーシャルネットワークキングサービス）を利用されている方は数多くいらっしゃるかと思います。

特に2017年はインスタ映えなどというワードが流行語大賞になりましたね。

このSNSと呼ばれるフェイスブックやツイッター、インスタグラムの利用者は世界中で大幅に拡大しており、国内でも総人口の半数近い6000万人以上が日常的に利用していると言われています。

そんな中、自動車業界（販売店、整備業者等）でもSNSによる販促や集客活動が増えています。

しかしながら、このSNSをきちんと活用して成功につなげている自動車業界はまだ少ない状況です。

実務ノート 基盤買取アプローチ

「集客」が目的であれば、誰を呼び込みたいのか。

(1) 自店をまったく知らないお客様へ認知向上。

(2) まだ利用されたことがない、新規のお客様を呼びたい。

(3) 既にご利用いただいている方への再来店促進。

上記、いずれかの目的により投稿の内容（コンテンツ）や広告の出した方なども変わります。

▼自動車業界で成功させやすいSNSはズバリ！

SNSといっても、種類が複数ありユーザー数順では、ライン、ツイッター、フェイスブック、インスタグラムが有名です。そして自動車業界にとって、ズバリ一番効果的なのは「フェイスブック」だと思っています。

① フェイスブックの効果が高い理由

フェイスブックユーザー2600万人（アクティブ）のうち毎日利用しているユーザーが6割といわれ、母数が多く、車両の販売や整備、車検客で最もターゲットにしたい30代、50代の利用者の年齢層のユーザーが多いことです。

② 「フェイスブックの効果が高い理由」

また、ツイッターのようなSNSはニックネームなどでの匿名利用が多いのですが、フェイスブックは実名で利用されることが基本なので、利用者を特定しやすく、企業ページがあったり、広告配信しやすいことです。

※フェイスブックでは個人と企業のページがあり、個人ページでもビジネスはできますが、基本は企業ページで会社や店舗のアカウントをつくりファン増加や、広告配信します。



でも品質は大丈夫なの？

溶接後は排気漏れチェックや錆び止め塗装を施すので品質は万全です！

このような技法は三森コーポレーション独自のものです！

ディーラーに基づいた車種の選定や作業工程など他には真似のできない商品となっています

「お姉さんもリビルドできるといいね！」

……

どういう意味だコラッ!!

おしまい

経営ノート マネジメント課題は「仕組み」で解決する

決めたことが進まない、成果が出ない、すぐに元に戻ってしまう……どうも意識が低くて困っている……マネジメント上のこうした「嘆き」はよく耳にするところです。

マネジメントの一つの手法に「PDCAサイクル・PLAN（計画）→DO（実行）→CHECK（評価）→ACT（改善）」というものがあります。

この概念は今ではかなり普及しているようですが、実際上しっかりと機能しているかといえは、まだまだ疑問の残る組織も多いのではないのでしょうか。

マネジメントはまず、「仕組みづくり」と「運用」の2つに分けて考えると理解が進みます。

「仕組みづくり」はまず、管理責任者が「欲しい情報」を「欲しい形」「欲しいタイミング」で「簡単に」入手できるように、情報・データの取得方法や管理帳票の作成、管理のルールなど仕組みを作ることから始めます。

ここではその具体的な方法についての説明は割愛しますが、この「仕組みづくり」で重要なことは、「人はミスをするもの・なまけたいもの」という前提に立つ、ということです。

これは、システム開発でも用いられる考え方ですが、こう考えることで人為的ミスや抜け漏れ、あるいは怠慢などをマネジメントから排除でき、抜け漏れない、しっかりとしたマネジメントの仕組み構築につながっていきます。

一方で組織は「人」で成り立っています。会社や上司に自分のことを「ミスをするだろう」「さぼるだろう」と思われるのは本意でしようし、それでは組織がギスギスしてしまいます。

そこで、このマネジメントの仕組みを「運用」するときには真逆の考え方、すなわち、「彼は一生懸命にやっている、さぼらない、信頼している」という前提、いわゆる「性善説」に立つことで、働く人々が「信頼されている」という喜びややりがいをもって働くことにつながり、やがてそれが組織の、会社の成果・成長につながっていくのです。

つまり、マネジメント上発生する問題を「意識の問題」として片づけるのではなく、まずは「仕組みの問題」だと認識し、仕組みを「人はミスをする・なまけたい」ものであるという前提で、それでも機能するように見直すことが先決です。

そのうえで、性善説に立つて運用を見直ししていく。この繰り返しですが、組織のマネジメントレベルを高め、成果につなげる秘訣だと思えます。

上記の記事は、自動車業界専門コンサルティング会社「株式会社カービジネス研究所」様のご協力によりご提供いただいています