つながりづくり

特 集

TOPIC1 ビジネス成長を支えるつながりづくり

国内販売会社のお客さまとのつながりづくり

役員メッセージ

執行役員
国内営業担当
東堂 一義

世の中の変化のスピードは速く、お客さまの価値観も多様化しており、100人100通りの理想のカーライフが存在します。だからこそ、私たちは「おもてなしの心」を大切にし、お客さま一人ひとりに寄り添うブランドであり続けたいと考え、ブランド価値経営を経営哲学としています。

お客さまそれぞれのマツダ体験をより魅力的なものにしていただくために、グローバルの各地域の販売店が地域の特性に合わせた取り組みを進めています。米国では台数成長を支える基盤として販売網改革などさまざまな取り組みにより過去最高の販売台数を達成し、日本では販売会社の制度や組織改革に取り組んでいます。また、2023年11月にブランド体験推進本部を立ち上げました。デジタルやリアルを含めたオムニチャネルで、各地域の販売会社と一体となって「クルマって楽しい!」と感じていただけるブランド体験を創出し、お客さまの感動と笑顔を増やしていきます。

国内営業本部では、お客さまの店舗でのブランド体験の充実により、ブランドや店舗へのファンを増やしていくために、販売会社の表彰制度に国内各地域の販売会社の最重要経営指標を反映し、人事評価制度、店頭オペレーション(チーム営業)など各制度、仕組みの一新に取り組んでいます。

MAZDA TOWN FESTA 2024国内営業本部ブースにご協力いただいた有志メンバーおよび広島の企業の方々

ディーラー店舗の仕事の魅力向上

私たち国内営業本部は、ブランドや店舗へのファンを増やすためには、メーカーのみならず販売会社で働く従業員が主体的にいきいきと働ける組織を作り、「マツダ車を通して、お客さまの幸せ／豊かな人生」を実現したいと考える高い使命感を持った従業員を育てることが必要だと考えています。

そのために、販売会社の経営指標をこれまでの販売台数や利益から「従業員エンゲージメント／お客さまエンゲージメント／ビジネス成果」に変更しました。

販売会社の人事制度も、これまでの個人の成果を中心にする制度から、チーム(店舗全員)で「お客さま体験」を第一に考えた行動を評価する制度に変革しました。

また、処遇改善として、一人ひとりの多様性を活かしつつ、チーム全員が主体的に活躍できるキャリアプランも整えました。

加えて、販売会社の間接業務についてはDXによる効率化を目指しています。より多くのスタッフがディーラー店舗でお客さまの視点に立った行動をとることで、各店舗はお客さまニーズに合った細かな対応をすることが可能になります。

日頃からお客さまと接している販売会社の従業員にもマツダブランドの理解をより深めてもらう取り組みとして、ブランド体験推進本部P55、56参照が開催するマツダファンフェスタへの参画を呼びかけています。参画した販売会社の従業員は、多くのお客さまと共にマツダブランドを体験する機会を持ったことで、「自動車ディーラーで働く歓び」を実感しています。最近は参画する販売会社も増加しており、こうした経験を活かして、千葉マツダ、神戸マツダなどで独自のファンイベントを開催する販売会社もあり、すそ野が広がっています。

保有体験の魅力向上

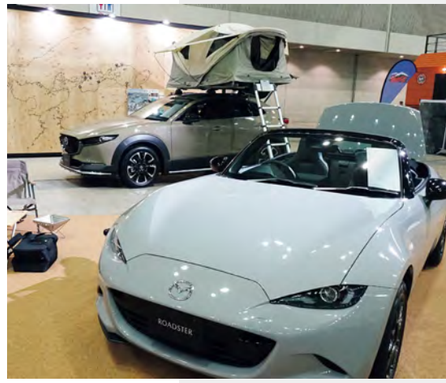
お客さまの価値観の多様化により、ますます「商品だけによる差別化」が難しくなっている中、地域に根差した販売会社は、独自価値を提供し、お客さまの保有体験をデジタルとリアルの両面で豊かにすることを通して、ブランドや店舗のファンを増やすことを目指しています。デジタルの領域としては、CLUB MAZDAというサービスがあります。これは、オンラインでの各種お申し込みのほかに、クルマ選びに役立つマツダの最新情報や、カーライフを楽しんでいただくためのコンテンツを定期的にお届けするサービスです。このCLUB MAZDA会員の方々に、特典やサービスを提供させていただくことで、お客さまの情報を蓄積し、その情報を活用して、お客さまの趣味や志向、ニーズに合った適切なコミュニケーションを実施したいと考えています。例えば、購入意欲の高まったお客さまへの試乗のご案内などの提供を考えています。

リアルの領域としては、ディーラー店舗へご来店いただいた際に、店舗スタッフがマツダの行動指針を実行することで、マツダの独自価値である人馬一体試乗や納車・車点検を通じて、最高のマツダ体験をお届けします。

その実現に向け、店舗の誰もがお客さまのことをより深く理解するため、担当営業スタッフ個人ではなく、店舗スタッフ全員で対応をする「チーム営業」へのシフトを2024年度から本格化させていきます。

店舗での取り組みに加えて、お客さまのライフスタイルや趣味の多様化に対応して、異業種とのコラボレーションなども実施しています。2024年には、東京アウトドアショーに初出展し、アウトドア好きのお客さまに対して、「ロードスターソロキャンプ仕様」など2030 VISIONでクルマ好きの会社になると宣言するマツダらしい提案をさせていただきました。

このように、お客さまのカーライフをより豊かに充実していただけるような連携をメーカーであるマツダだけでなく国内の販売会社でも今後も増やしてまいります。



ロードスターに積載できるキャンプ道具

OMOTENASHI