

## 【目的】

車両・タイヤ、配布資料を提供。

ECOPIA PZ-Xシリーズの特性を理解し、同商品の販売強化に結び付ける。

## 【内容】

■臨店形式・・・SVが担当店を臨店し、店舗スタッフが全員試乗体感

■車種・手配台数

タイプ別に推奨する車両・タイヤサイズは以下の通り

タイプ	車種	サイズ	訴求タイヤ	比較タイヤ
セダン	マークX	215/60R16	ECOPIA PZ-X	ECOPIA EX10
ミニバン	セレナ	195/65R15	ECOPIA PRV	ECOPIA EX10
コンパクト	新Vitz	165/70R14	ECOPIA PZ-XC	ECOPIA EX10

※レンタカーは手配する際に必ずタイヤサイズを確認すること

■集合形式で実施の場合は、上記内容をアレンジして活用すること

## 基本スケジュールと準備

日 程	準備内容	担 当	
7～3日前	<b>■タイヤ手配</b> PZ-X・EX10各4本を店舗へ送り込む	SV	
7～3日前	<b>■資料作成</b> リリース・カタログ・映像資料の準備 試乗コースはSVが設定	SV	
3～2日前	<b>■配布資料完成～店舗へメールにて展開</b>	SV	
2～1日前	<b>■店舗スタッフ事前学習</b> 配布資料を読み、商品特性を事前に学習		店舗
1日前	<b>■レンタカー手配</b> 試乗車2台をレンタル～店舗へ届ける	SV	
1日前	<b>■セッティング</b> 実施店舗にて試乗車のタイヤを交換	SV	店舗
当日	<b>■試乗・シート記載</b> 試乗（30分×2回）を全スタッフが実施 試乗後～商談用シート記載～SVに提出	SV	店舗
当日or翌日	タイヤ交換～レンタカー返却or次の店舗へ届ける タイヤを次の実施店舗に送り込む	SV	

## ■体感ポイント

### ■“らく”コンセプト…直進性での優位性

- ・横風・わだち等の外乱に強い非対称形状
- ・直進時のブレが少なく安心して運転できる

### ■ハンドルの手ごたえ…しっかりフィーリング

- ・直進時に速度を上げてても変化が少ない操舵感
- ・コーナーでのライントレース性が高い
- ・気持ちよくコーナーをクリアできる

### ■粘り…しっかりとした粘り

- ・高速時に横力をかけてもタイヤが粘る
- ・段差の衝撃等で大きなショックを感じない

### ■グリップ感の頼りなさがいい

- ・高いグリップとウエット性能を両立
- ・低燃費タイヤの中でトップレベル

## ■試乗時間

PZ-X/EX10を各30分ずつ試乗  
※漫然と運転せず、新商品の優位性  
確認をテーマに試乗すること

## ■試乗コース

以下の体感ポイントを含むコースを  
SVが事前に設定。

- \*直線が長く見通しのよい道
- \*コーナートレースを確認できる道
- \*わだちや凹凸の路面を含むこと

## ■注意

- ・高速道路の走行は必須ではない
- ・法定速度内の走行で商品特性の  
違いは体感できる
- ・交通法規を守り走行すること。

# セールストーク作成

## ■どのようなお客様にECOPIA PZ-Xシリーズをおすすめするか

- ・別添映像「ジャーナリストのコメント」を参考にお客様像を明確にする。
- ・PZ-Xシリーズがどのようなお客様に好まれるかをイメージする

## ■PZ-Xシリーズの強みは何か？

- ・試乗で体感した内容をもとに「商談用キーワード」を作成すること

### PZ-X 商談トーク作成シート

#### ①顧客カテゴリー設定

- ① PZ-Xシリーズ顧客カテゴリーの設定  
⇒年代・性別・車種・車の使い方等で設定

#### ②お客様のニーズとハードル

- ② 「お客様の気持ち・関心事」を考える  
⇒お客様側のニーズ・ハードル

#### ③PZ-Xの訴求ポイント

- ③ PZ-Xシリーズの訴求ポイントを探す。  
⇒ニーズを高め、ハードルをクリアする  
商品の優位性を整理

#### ④エクセレントトーク

- ④ PZ-Xの強み「エクセレントトーク」を作成。  
⇒お客様の気持ちを突く表現・具体的な言葉で  
セールストークを作成。

## ■作成の注意点

- ・カタログ的な言葉の羅列にせず「実体験に基づくキーワード」で作成すること。