

「レインタカー」のご提案

せっかくの休日が雨だと、私たちはつい家に引きこもりがち。
レンタカーショップにとっても、晴れている日に比べて
客足が少ないのではないのでしょうか？
ここに提案するのは、双方にとってウレシイ、レンタカーの新しい使い方。
その名も“レインタカー”。
「雨の日にはレインタカーを借りよう！」
そんなスタイルを世の中に広めるためのプランをご紹介します。



レンタカー プラン①

雨の日は、 レンタカー代を安くします。

例えばヴィッツ。

12時間借りると5,250円（税込み）のところを、
雨の日は例えば500円くらい割引いて提供してみてもいかがでしょうか。
この方法は、「雨の日のランチは50円引き！」といったふうに
飲食店などでよく見かけます。
ただ駐車場に置いておくよりか、
いくらか安くしてでも乗ってもらうほうが遥かに有効的です。



Vitz

12時間 5,250円

↓ 500円 off

4,750円

レンタカー プラン②

周辺地域にあるテーマパーク等と連携し、 「雨の日限定割引チケット」を作成します。

雨の日に客足が伸びないのは、テーマパークや国立公園なども同じ。
そういった場所と提携して、雨の日限定の割引チケットを作ってみてはいかがでしょうか。
そしてレンタカーを借りる人にだけ、このチケットを配布する。
お得にレジャーを楽しむのでお客さまもウレシイですし、
レンタカーショップ、テーマパーク、双方にとってもメリットがあります。



レンタカー プラン③

クルマをご自宅までお届けします。 (可能な限り)

「雨の日におトクなプランでも、雨の中、傘さしてレンタカー屋へ行くのがメンドクサイんだよ」
そういったお客さまもいるかと思います。そんな場合は、
「〇〇時までお待ちいただけるようでしたら、クルマをご自宅までお届けいたします。
ご来店していただければ、すぐにご用意できますよ」というふうに、
スタッフの稼働状況を考慮しながら可能な限り対応してみたいはいかがでしょうか。
お客さまのご自宅へは、クルマ2台で伺い、帰りは1台で帰ってくるという方法です。



展開例

「雨の日」と「レンタカー」。

その関係を、印象深く伝達します。

レンタカーのメインターゲットは「車を所有していない人」。
普段は公共機関を使って移動している人たちなので、
その媒体を利用して認知を広めるのが有効的です。
さらに、雨の日にその広告が目にとまるようにすれば、
レンタカーの情報を印象深く伝えることができます。
例えば、駅などに設置されているレンタル傘。
レンタカーの情報をプリントした傘を駅に提供すれば
広告効果はもちろん、地域への貢献にもなりますので
レンタカーショップへの好感度アップに繋がります。
スーパーやデパートで配布される傘袋などを利用して
同様の効果が得られるでしょう。



①駅などに設置される
レンタル傘



②スーパーなどに設置される傘袋