

ご購入後必ずお読み下さい

フロントガラス補修に関する Q+A

Q. どのような傷が補修しやすいでしょうか？

- ① 傷の種類は多種多様ですが、もっとも簡単なタイプは『ブルズアイ』という丸型で牛の目のような形をした傷です。これは、傷を受けたガラスの中間膜の接着面が丸く剥がれているので、その空間にレジンが注入できます。しかし、『スター』と呼ばれる短い線傷が集まったものや、『クラック』と呼ばれる3センチ以上の線傷は、外側ガラスと中間膜は接着されているが、傷が外側ガラスの中間膜側に広がっているため空間が無く、レジンが注入しにくい傷です。この場合は、十分に吸気を行ってから多めに加圧時間をかけて注入してください。

まずは、簡単な傷を3-5台修理していただいてから、難しい傷に挑戦してください。

最初に難しい傷でリペアをはじめられますと、自信がもてなくそのままキットを放置されるお客様がいらっしゃいました。

また、傷がヒットポイント以外にも外側ガラスの表面まで出ている場合は、外側ガラスの表面から綿棒等でレジンをこすりつけて注入すると傷が消えます。 《**傷の難易度⇒傷内側に空間があればあるほど作業は簡単になります。**》

Q. 直してはいけない傷はありますか？

- ① フレームから10センチ以内は、車からの衝撃が直接かかりますので、せっかく直しても傷がバンブ等で広がる可能性がありますので、行わないほうがよいでしょう。また、5センチ以上クラック傷は、修理代金と作業時間、お客様の満足度を考えた場合補修よりもガラス交換をお勧めしたほうがよいでしょう。
- ② すでに修理されている傷は、傷入り口がレジンで固まっていますので、作業できません。ドリルで入り口を広げられても、ドリル痕がのこりかえていままでも、醜くなってしまう可能性が7割以上あります。
- ③ 傷が中間膜を越えているものに関しても修理不可能です。(吸気/加圧ができないため)

Q. 作業前にすべきことを教えてください

- (1) 傷がどのくらい前に出来たかをチェックする。古い傷であれば、内部にゴミ、ケミカルなどが入っているため、傷内部までレジンが入っていかず、傷が残る可能性があることをお客様に伝えます。
- (2) 傷周辺をガラスクリーナーで磨き、内部まで完全に乾燥させます。傷内部に水分が残っていると変色や、レジンが固まらない原因となります。
- (3) 新型レジンには、紫外線にとっても敏感な液体です。室内で作業を行うことはもちろん、ダッシュボードなどからの光の反射なども、作業中にレジンが硬化する原因となりますので良い環境で作業が行えるように準備しておきましょう。

Q. お客様との事前の話し合いのやり方について教えてください。

- ① 事前にサンプルガラスで修理後を見ていただき『ガラス補修とは、安全運転のためにガラス傷が走行中大きく広がらないことを目的とした作業で、傷が100%なくなるものではありません。』とお伝えしましょう。傷を放置しておくと、走行中の振動や風圧によってどんどん大きくなって安全運転に重大な支障を与えかねない事態になっていきます。最近医療現場でも行われているように、インフォームドコンセント(事前承認)がお客様との信頼関係になります。必要であれば、フロントガラス修理申込書に記入していただくことも、トラブルをおこさない方法です。

最近では、車内部から赤のサインペン(水性)で傷の回りを作業前に印をつけておいて作業後にお客様にどのくらい傷に浸透したかを、実際に見ていただく方法をお勧めしています。これによりクレームは100%無くなったというお客様の声が多数あります。

Q. 修理の価格は、いくらにしたらよいでしょうか？

②直径15ミリで1万5千円、外注価格の1.5倍、ガラス交換費用の1/3 ~ 1/4 (車格により、免責保険額か実費費用から算出)のどれかを基準としている場合が殆どです。その地域の平均価格よりも20%下げると作業依頼がグンと増えます。

Q. 販売促進の方法はどんなものがありますか？

②社内での活性化としては、

(1) 月間入庫車の0.5%をガラス補修目標数(10ミリ以上の傷がある車は、2%程度。100台入庫なら4台)として、毎月各店舗での補修数を本部で集計する。(日産サテリオ神奈川方式)

(2) オフロードなどを走る車を販売する場合、ディーラーオプションとして販売3年以内のガラス補修は(15ミリ以内)1万円などのオプションを設定する。(いすゞ方式)

(3) ガラス補修を行ったサービス部に対して、最初の3回までマックカード、クオカードなど500円相当の修理報奨金を出す。(今までの経験上、2回以上作業を行ったメカニックは、ガラス補修に自身をもつことがわかっています)

(4) 入庫車点検マニュアルにフロントガラスチェックの項目を追加する。

②お客様へのアピールの方法は、

(1) サービスフロントにサンプルガラスを置いてお客さまに修理後のガラスの傷を見てもらう。

(2) リペアシールを傷の部分に貼って、お客さまの注意を喚起する。

(3) 10月、4月のタイヤ交換の時にお客様に傷があることを伝え、一緒に直してしまう。(その場合は、1箇所10,000-12,000円と提示されると成約率は、60%以上になります。

(4) 販売キャンペーンのチラシに『査定いただいたお客様にガラス傷がある場合は、無料~5000円』程度の値引きを載せる。

(5) ホームページやネット広告など大勢が見る媒体を利用する。(東京某修理工場は、「1万円でガラス補修いたします」と載せたところ、月間2~3件のお客様のご来場があった)ガラス修理はもちろんのこと、顧客獲得にも良い結果をもたらす。

Q. 修理工場のみなさまにメーカーとして伝えたいことはありますか？

②10ミリ以上のガラス傷は、登録車両の5%に必ずあります。入庫をチェックいただければビジネスチャンスは必ずあります。

②ガラス交換との比較ですが、オーナーさま全てが太っ腹で交換できるとは限りません。お客様に選択肢としてサービスを提供されること、それが皆様の信頼となり利益を生むものです。たとえ輸入ガラス+工賃でも4万円以上の請求となってしまうので、あまり交換だけを勧めると、「今回は何もなくていいよ。」とあぶりはち取らずとなってしまいます。

②車両保険で直されるとおっしゃる修理工場さまもいらっしゃいます。もちろん車両保険では、ガラス傷は等級据え置きですから翌年、保険料が上がることはありません。しかし、車両保険5年未満のものでは、毎年の保険料率の割引が得られなくなってしまいます。保険を使えば保険料率の割引がなくなることもオーナー様には伝えて了解をいただかないとのちのち問題になる可能性もあります。

②ウインドリペアキットは、毎月数十万円を稼ぐ工具ではありませんが、年間を通して10万円以上を稼ぐ工具です。ぜひ、有効利用をされて利益を出してください。