

店内のあらゆる空間にディスプレイを設置してイメージ一新 多彩なインフォメーションでお客さま満足度を向上



待合コーナーには110V型相当の4面マルチディスプレイ



エントランスのウェルカムボードにはお客さま名と用件を表示

導入先

ネットヨタ東京株式会社さま



- 東京都港区
- 1947年設立。TOYOTA車の販売・リースを主な事業とされる。トヨタ自動車さまの主要販売チャネルの1つである「ネット」ブランドの国内最大のディーラーで、都内23区および多摩東部に店舗を展開される。
- 新宿店さま/東京都新宿区(本物件)

導入商品

インフォメーションディスプレイ

- PN-A601 (60V型)×1台
- PN-V551 (55V型)×4台
- PN-U553 (55V型)×3台
- PN-U473 (47V型)×3台
- LL-S242A (24V型)×6台など

タッチディスプレイ「BIG PAD」

- PN-L703B (70V型)×1台
- PN-L603B (60V型)×1台

- 2015年11月、新宿店のリニューアルオープンに合わせて導入。

こんなソリューションを実現しました。

導入前の課題

当社の各店舗では、カタログやポスターなどのデジタル化が進んでいます。これを最大限に活かす上でも、まず当社の旗艦店舗である新宿店に最新のディスプレイを導入し、さらなる情報発信の強化とお客さま満足度の向上を図りたいと考えました。

4面マルチディスプレイに商品PR、点検整備作業中の映像、作業進捗状況を表示し、待ち時間のサービス向上。

店舗入口のウェルカムボード、商談テーブルのタッチディスプレイなど、各コーナーで情報発信力を強化。

キッズコーナーには人の動きに合わせて画面が変化するAR(拡張現実)コンテンツを採用。親御さまとじっくり商談できます。



ネットヨタ東京株式会社
N-ReBORN推進室
業務改善グループ
課長 吉岡 剛さま

選ばれた理由

ショールームで多彩な設置方法とラインアップを体感。
e-Signageで一括コントロールできる点も評価。

機種選定にあたり、シャープのショールームを訪れた際、ディスプレイをマルチ画面、柱巻き、スタンド設置など多彩な設置ができる点を評価しました。また、e-Signage(コンテンツ配信/表示システム)を採用すれば、本社で一括して操作でき、店舗の負担が減らせる点も決め手になりました。

導入後の効果

点検整備車両の映像を映しサービス向上。
タッチパネルディスプレイでスムーズに商談。

- ①店舗入口にはお客さまの名前を記載したディスプレイが、ウェルカムボードとしてお出迎え。
- ②待合コーナーの4面マルチに、商品プロモーションのほか、点検整備中のお客さまの車のリアルタイム映像や作業進捗状況を表示し、待ち時間のサービスを向上。
- ③商談テーブルにはタッチパネル搭載ディスプレイを採用し、デジタルカタログによる多人数での商談がスムーズに。
- ④キッズコーナーのディスプレイにはAR(拡張現実)コンテンツを表示。お子さまが退屈せず、じっくり商談できる環境を構築。
- ⑤このほか、受付カウンターのディスプレイには定期点検価格やスタッフ情報などの各種インフォメーション、バッグヤードにはBIG PAD(電子黒板)を設置し会議に活用。

今後の展望

他店舗にも順次導入し、お客さま満足度を向上。
ディスプレイを活用し、情報発信をスピード化。

新宿店へのディスプレイ導入が当社としては、第一弾の導入でしたが、お客さま満足度と業務効率の向上に大変満足しています。今後は順次、他店舗への導入を進めていく予定で、新車発表と同時に新車情報を各店舗に一斉配信するなど、情報発信のスピード化を進めていきます。

導入の背景

リニューアルを機に店舗イメージの一新へ。
ディスプレイを活用したお客さま満足度向上を企画。

旗艦店舗である新宿店をリニューアルすることになり、『お客さまとの絆を深めていく』をコンセプトに、ディスプレイをフル活用したお客さま満足度向上を目指しました。

これまでもカタログ等のデジタル化を進め、商談はタブレットを中心に行っていましたが、ご家族の商談などでは画面が共有しづらいことが課題でした。また、新車情報や定期点検価格をポスターで張り出していましたが、更新に手間がかかっていました。



4面マルチには点検整備作業中の映像、作業進捗状況を表示し、待ち時間のサービスを向上



タッチパネル搭載24V型ディスプレイで商談がスムーズに



キッズコーナーは55V型ディスプレイを柱巻き設置。AR(拡張現実)コンテンツ採用でお子さまが夢中になれる、親御さまとじっくり商談