

パチンコホール“繁盛店”の売り場づくり

セミナープログラム&タイムスケジュール

13:00~14:00

1. 差別化・独自化のための営業スタイル構築手法 ——これまでの営業手法・集客手段をどのように見直すか

- ・新台入替×広告宣伝=同質化された集客手法からの脱却・見直し
- ・遊技台の鮮度管理、他店との違いを鮮明にするポイントとは
- ・チラシの費用対効果を見える化!?
無意味なチラシ or 効果のあるチラシ

14:10~16:00

2. 顧客を掴んで離さないための 繁盛店の売り場づくり ——【情報伝達力】の強化で自店の特徴・強みを いかに効率的に伝えるか

- ・情報伝達力が必要不可欠な時代?
～顧客にとっての1万円の価値感～
- ・繁盛店は顧客の意識に残る・行動につながる「販促8割」、
盛況感を生み出す「装飾2割」
- ・顧客の強烈な行動につながる販促レベル～お客様ワードの具現化～
- ・社内情報伝達力の測定・構築法
- ・年間全国1,000店舗調査から見た繁盛店の真実
- ・広告宣伝規制以降の8割以上のパチンコ店が陥っている問題点
- ・3段階の滞留時間における《告知バランス率》の算出法
(実際のフレームワーク作り)
- ・3段階の滞留時間における《鮮度率》の把握・店舗全体の鮮度率の算出
(実際のフレームワーク作り)
- ・期待感を高める訴求ポイント数の理解
～パチンコホールの事例、異業種の繁盛店事例～
- ・魅力ある売り場=告知バランス率×鮮度率×訴求ポイント数
- ・顧客の行動につながる、滞留時間における情報内容量の適正化

16:10~17:00

3. 事例から学ぶ“情報伝達力強化”

- ①関東・優良チェーン企業の800台クラスの店舗に対して、
集客率で勝る300台クラスの駅前店事例(東京)
- ②関西の超優良グループ店のここまで実践“こだわり”の伝達力(大阪)
- ③高稼働店の共通点は「コンセプト告知」
 - ・北海道のスロット専門店
 - ・神奈川の大型出店続出エリアの既存店
 - ・山口の全国水準レベルを越えるグループ店

講師プロフィール

第1講座講師

藤田 雄志 (ふじた たけし)
株式会社プラスアルファ
代表取締役

1972年千葉県生まれ。営業コンサルタントとして2008年に独立。北海道から九州まで、さまざまなエリアで、集客低迷していたパチンコホールの業績改善を図る。信条は、情報提供型ではなく、ホール企業と共に進める戦略実行型コンサルティング。売上・利益貢献はもちろん、ホール企業の組織力を飛躍的に高めることで、高い評価と信頼を得ている。過去、複数の業界誌で執筆・連載の実績がある。

第2・3講座講師

野島 崇範 (のじま たかのり)
株式会社プラスアルファ
専務取締役

1983年三重県生まれ。北海道教育大学卒。全国のパチンコホールを2009年から毎年1,000店舗以上調査し、その中から高稼働店に共通する法則を見つけ出し「情報伝達力」と定義。09年末からは業界誌で3年間以上定期連載を続けている。広告規制以降は、講師依頼が殺到し、12年7月末から3ヶ月間で、221店舗802名の経営幹部がセミナーを受講。「情報伝達力」調査の分析に基づき、お客様目線の徹底と継続の重要性を、支援先ホールの全スタッフと共有し、推進している。

本セミナーをはじめ月刊誌・
資料集・書籍は、WEBでも
お申し込みいただけます。



<http://www.sogo-unicom.co.jp>