

【第1回】繁盛店の売り場づくり

テーマ	伝達力が繁盛店を創る！ ～年間全国1,000店舗調査の真実～
目的	『伝達力』の考え方を知る
対象者	店長を含む幹部社員
実施時間	3時間
必須事項	筆記用具
事前宿題	第2回研修までの宿題有り

実施時間	形態	内容
30分	講義	伝達力とは？
	講義	異業種の売り方から見る伝達力検証
	講義	お客様の1万円の価値感は？
	講義	高稼働店は、「販促」8割 VS 「装飾」2割
	実技	写真事例／装飾告知 or 販促告知（自社の販促価値の体感）
30分	講義	販促レベルとは？
30分	講義	社内情報伝達力＝情報伝達力？
	実技	指令された図形を描いてみよう！
50分	講義	社内情報伝達力による販促価値の共有
	実技	社内情報伝達力を高める、3つの伝達力チェックポイントの仕分け
	実技	伝達力チェックポイントをグループディスカッション
	講義	社内情報伝達力がお店を創る
40分	共有	販促価値は6つの項目で可視化できる
	実技	販促価値の6項目を活かして、 販促率 を算出
※	宿題	自店の告知ツールをデジタルカメラまたは携帯写真で 10枚 撮影

【第2回】繁盛店の売り場づくり

テーマ	繁盛店の告知バランス率・鮮度指数
目的	『伝達力』の数値化
対象者	店長を含む幹部社員
実施時間	3時間
必須事項	筆記用具
宿題	告知ツールの抽出

実施時間	形態	内容
30分	講義	広告規制以降のプロモーションの現状
	講義	2つの伝達力ポイント
	講義	告知ツールの抽出とは？～自店の情報発信源を確認・共有～
30分	実技	告知ツールの抽出:告知ツール抽出フォーマット作成
30分	共有	告知ツールの共有・グループディスカッション
	講義	(1)滞留時間における告知バランス率
	講義	滞留時間3段階のABCランクの運用
30分	実技	自店の告知ツールを滞留時間ABCランクに振り分ける
30分	講義	高稼働店の理想系の告知バランス率とは？
	講義	告知バランス率の変更は、行動心理のランクアップ？
	共有	滞留時間:弱度Cの適正化を具現化するためにできること
	講義	(2)情報発信の鮮度管理
15分	実技	自店の鮮度指数の算出
15分	講義	告知バランス率・鮮度指数から見た、広告規制以降のパチンコ店の真実
※	宿題	競合店の告知ツールを20箇所以上リストアップ化

【第3回】繁盛店の売り場づくり

テーマ	繁盛店の売り場の告知構成比率
目的	『伝達力』の数値化②
対象者	店長を含む幹部社員
実施時間	3時間
必須事項	筆記用具
宿題	売り場のCランクの改善案提出

実施時間	形態	内容
15分	講義	広告規制以前の売り場の構成比率は、1つのカテゴリーが70%以上？
	講義	広告規制以降の売り場の構成比率の現状を考える
	実技	お客様にもっとも伝えたい自店の魅力を2つ書き出す
30分	復習	告知ツールの抽出:告知ツール抽出フォーマット作成
30分	講義	売り場の告知構成比率の見える化
	実技	カテゴリーの設定および、カテゴリーで括る
	実技	カテゴリーにおける構成比率の算出
30分	実技	自店の告知構成比率を円グラフに描き移す
30分	講義	高稼働店の構成比率:1カテゴリー30%以上
	講義	集客低迷しているお店の構成比率
	共有	頭の中のイメージ(営業戦略・戦術)を2つの魅力としての書き出す。 ※イメージを円グラフに変換。
	共有	円グラフの一貫性:営業戦略と社内情報伝達力
30分	実技	競合店の構成比率を算出・円グラフ化
15分	講義	競合店と自店の構成比率比較
	共有	お客様の反応分岐点と告知場所を一致

【第4回】繁盛店の売り場づくり

テーマ	魅力の分解と視認率の向上
目的	『伝達力』の作り方
対象者	店長を含む幹部社員
実施時間	3.5時間
必須事項	筆記用具
宿題	お客様反応分岐点における視認率改善案提出

実施時間	形態	内容
30分	講義	告知構成比率の最大化を図る滞留時間に適した情報内容量
	講義	魅力の3つの分解
	講義	「どの観点」で魅力を割るのか？
	例題	新規会員募集を数字で割る(例題)
60分	実技	滞留時間3段階のABCランクに適合した3つの「割り算」と「足し算」
	例題	「新台入替」における割り算と足し算
	例題	「会員募集」「店内サービス」における割り算と足し算 (割る項目の選定必須)
	共有	3つの「割り算」と「足し算」を駆使してアイデア発表・共有(自由テーマ)
30分	講義	お客様に確実に伝わる、伝達技術
	実技	3つの分解項目から共通項で括る＝自店のコンセプト化
	講義	お客様の訴求度を高める視認率とは？
45分	共有	お客様の反応分岐点における選定場所の視認率を算出
45分	実技	真・告知構成比率を算出～お客様目線の追求～

【第5回】繁盛店の売り場づくり

テーマ	販促カレンダーの作成・運用
目的	売り場の見える化
対象者	店長を含む幹部社員
実施時間	3時間20分
必須事項	筆記用具
宿題	総台数における告知ツール数を10%以下に改善

実施時間	形態	内容
10分	講義	(A)訴求ポイント数の運用
30分	共有	「告知構成比率」と「訴求ポイント数」の共通点と相違点
30分	講義	訴求ポイント数＝お客様が自店の魅力と出会う接触回数
	講義	訴求ポイント数の最大値を知る
	共有	訴求ポイント数の最大値で運用するメリット・デメリット
15分	共有	売り場づくりの引き算的発想とは？
10分	講義	(B)販促カレンダー作成時の告知ツールの優先順位(前回講義内容含む)
30分	実技	告知ツールの優先順位から販促カレンダーフォーマットを構築
30分	講義	滞留時間ABCの比率を適正化するための告知ツール数(個数)を設定
	共有	告知構成比率を基に告知内容を設定～売り場Cランクの管理が重要～
30分	実技	自店オリジナルの販促カレンダーの作成
15分	講義	魅力の作り方
	講義	魅力の定義～お客様が競合店ではなく自社を選ぶ理由～

【第6回】繁盛店の売り場づくり

テーマ	お客様の期待感を高める訴求ポイント数
目的	『伝達力』を現場に活かす
対象者	店長を含む幹部社員
実施時間	3時間
必須事項	筆記用具
備考	売り場の数値化の仕組みを構築

実施時間	形態	内容
60分	復習	自店の現状の告知構成比率(3パターン)をチェック
	※	競合店の告知構成比率に数値化
	実技	入退店導線の意識レベルの数値化
	実技	入店導線と退店導線の告知構成比率の算出
30分	講義	浸透率 = 告知構成比率 × 販促率 × 滞留率
	講義	浸透率: 10%以上が繁盛店の特徴
	講義	集客要素のある浸透率の設定
60分	講義	3秒以下の場所が、お店の印象を決める
	実技	3秒以下の場所の店内導線／退店導線／入店導線
	講義	パチンコとスロット、どちらかの稼働率が劣る場合は売り場に問題
	実技	パチンコ・スロットの告知比率を算出
	講義	繁盛店は総台数における告知ツール比率が10%以下
	実技	自店の総台数における告知ツール比率を算出・および集約
30分	共有	お客様の行動につながる浸透率の明確化