

売上・客数減少に悩む経営者・営業幹部・支配人、必聴！
結果が生まれない理由は？ 成果の生まれる売り場体質へ変革！

パチンコホールの成果を生み出す 5つの売り場の法則

5つの 売り場の法則

- 成果が生まれる情報発信の場所を知る！
- お客様の1番は変えられない！ 顧客設定の方法
- 滞留率向上につながる場所に投資する！
- 勝ち告知こそ“超”鮮度で活用する！
- 競合店の正しい設定が増客につながる！

ご案内

遊技人口の減少や、「遊技機規則改正」による遊技機の射幸性への規制など、パチンコホールを取り巻く経営環境は厳しいものとなっています。ホール企業は顧客の絶対数が限られるなかで、生き残るために、競合他社との差別化や棲み分けを進めています。しかし、多くの店舗で顧客獲得に向けた投資を行なっても、顧客にお店の魅力を伝えることができず、ライター・取材来店に代わる新たな集客手法を見出せずにいます。広告宣伝規制が厳格化されるなか、最大限に集客効果を発揮するためにどう取り組みればよいのでしょうか。

年間1,000店舗の調査結果の結論は、顧客行動の促進に直接的につながる“情報伝達力”を生み出す「売り場の数値化」は、広告宣伝規制以降の店舗の集客に大きく影響を与えます。ライター・取材来店にお金を掛けず、たった3万7千円程度で、朝並び240名(通常10名程度)の結果を出した事例など、具体的な実践セミナーを行ないます。今後のさらなる市場縮小・競合激化のなかで店舗の「信用力」を高めることで結果を出すために、「5つの売り場プロモーション」の作り方を解説します。また、今後の集客において必要不可欠なWebを活用した「次代の集客手法」(You Tubeや広告の運用)についても詳細いたします。

日時 2018年6月15日(金)13:00~17:00

会場 東京ガーデンパレス
東京都文京区湯島1-7-5
TEL. 03-3813-6211(代表)
※詳しい会場案内図は参加証にてお知らせいたします。

参加費 43,200円(1名様につき)
(消費税及び地方消費税3,200円を含む)

●同一申込書にて2名様以上参加の場合
38,880円(1名様につき)

(消費税及び地方消費税2,880円を含む)
※テキスト・コーヒー代を含む

主催 総合ユニコム株式会社
パチンコ産業年鑑
月刊レジャー産業資料
〒104-0031
東京都中央区京橋2-10-2 めり彦ビル南館6階
TEL. 03-3563-0025(代表)

ダイレクトメールの送付先変更・中止をご希望者は、お手数ですが、封筒ラベルにご要件を記入の上、弊社企画事業部(FAX.03-3564-2560)迄ご連絡ください。

※弊社ホームページからも、本セミナーはお申込みいただけます！
<http://www.sogo-unicom.co.jp>

お申込み先 ▶ FAXフリーダイヤル ☎ 0120-05-2560
※FAXフリーダイヤル不通時はFAX.03-3564-2560迄おかけ直しください。

お問合せ先 ▶ 総合ユニコム(株) 企画事業部 TEL.03-3563-0099(直通)

参加申込書

パチンコホールの成果を生み出す5つの売り場の法則

●会社名(フリガナ)	●貴社業種
●所在地(〒)	●振込予定日(月 日) ●当日現金支払い希望... <input type="checkbox"/> ●ご担当者名()
TEL. ()	FAX. ()
●出席者名①(フリガナ)	●所属部署・役職名
●E-MAIL	
●出席者名②(フリガナ)	●所属部署・役職名
●E-MAIL	

- お申込み方法
 - ・左記「参加申込書」にご記入後、上記FAXにてお申込みください。参加者宛に「参加証/請求書/銀行振込用紙」をご郵送いたします。「参加証」は当日ご持参いただき、会場受付に「お名刺1枚」と共にお渡し願います。
 - ・開催直前や当日のお申込みもお受けいたします。その場合は、FAXにて「参加証」をご送付いたしますので、必ずFAX番号の明記をお願いいたします。なお、お支払方法につきましては、別途ご連絡をさせていただきます。
- 参加費のお支払について
 - ・参加費は「請求書」到着後、原則として開催3営業日前迄にお振込み願います。
 - ・お振込みが開催後日になる場合は、左記「振込予定日」欄にご記入ください。
 - ・お振込手数料は貴社にてご負担願います。
 - ・当日現金でのお支払いも可能です。「当日現金支払い希望」欄に☑印をご記入願います。
- お申込者が参加できない場合について
 - ・代理者にご出席いただけます。既送の「参加証」と「代理者のお名刺1枚」をご持参のうえ、当日会場受付までご来場ください。
- キャンセルについて
 - ・開催3営業日前(土日祝日、年末年始を除く)迄に、弊社宛に「会社名/氏名/電話番号/返金先銀行口座(振込済みの場合)」を明記の上、FAX(03-3564-2560)にて必ずご連絡ください。
 - ・返金手数料として2,000円(1件毎)を申し受けます。なお、開催2営業日以前以降のキャンセルにつきましては、全額をキャンセル料として申し受けます。その際には当日配布資料を参加者宛にご送付いたします。
- その他ご連絡事項
 - ・お座席は受付順を基本に当方に指定させていただきます。
 - ・会場内は禁煙です。講演中の録音・録画、PC・携帯電話等の使用はお断りいたします。
 - ・ご記入いただいた個人情報、弊社商品案内ならびにセミナーの適切な運営、参加者間の交流促進のために利用させていただきます。
 - ・主催者や講師等の諸般の事情により、講師変更や開催を中止する場合がございます。その際には弊社より参加者にご連絡させていただきます。なお、その際の交通費の払い戻しやキャンセル料の負担はいたしかねますので、予めご了承ください。

パチンコホールの成果を生み出す 5つの売り場の法則

セミナープログラム&タイムスケジュール (※講演途中でコーヒー休憩および随時休憩を挟みます)

3つ以上該当すれば危険! 下記の項目は、いくつ該当しますか?

- 競合店と同じ取組みを、競合店の真似をして行なったことがある
- 新台プロモーションを実施したが、3日目で集客低迷したことがある
- 新台入替のタイミングで広告変更する・変更する場所はいつも同じ
- 地域1番店ではないが、積極的にLINE@の友だち募集を実施したことがある
- 勝った可能性の高いお客様が訪れる場所を基点に売り場を作ったことがない

講師プロフィール

【第I講座】

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年間1,000店舗以上調査し、その中から繁盛店に共通する法則を見つけ出し「伝達力」と定義。また、そのノウハウを業界誌で6年間余すことなく公開。「伝達力」調査の分析に基づき、お客様立場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。また、売り場ランチェスター戦略の第一人者として、科学的に売り場の支援を実施。2015年に「売り場プロモーション診断士」の資格試験を立ち上げ。また、16年1月から青山学院Hicon代表取締役 玉木欽也様(青山学院大学 経営学部 教授)の指導のもと、「売り場プロモーションの定量化(数値化)」の共同研究を開始して、より一層お客様立場の増客につながる売り場づくりを目指している。売り場づくりの書籍を今夏発売予定。

【第II講座】

齋藤 裕樹 (さいとう ゆうき)

株式会社プラスアルファ
執行役員

1984年山形県生まれ。パチンコ業界随一のデータ分析のスペシャリスト。営業コンサルティングの現場の実務を遂行。また、営業支援だけではなく、様々なパチンコホール企業に対して、人事評価制度・年俸査定システム・社内不正防止スキーム策定など、幅広い支援を行ない、組織の円滑化およびモチベーションアップに取り組んでいる。Webサイトの分析力を高めるため、Google認定のアナリティクス個人認定資格(GAIQ)やAdWords認定資格など取得。また同時に、民協協定の職業紹介士(第193号)を取得。パチンコ転職サイト「パチンコ転職ナビ」運営の総責任者も務め、離職率を低下させるためのデータ分析など、組織に必要な要因を検証。また、ファイナンシャル・プランニング技能士も取得。

13:00~16:00

I. 結果の出ない5つのプロモーションの特徴

——あなたのお店の信用力を計る

1. 地域1番店の真似をやめる

- 良い or 悪い取組みは?
- 宝くじ売り場から信用を考える
- 地域1番店と地域2番店以下の差は?
- 誇張広告によって信用を低下させる理由
- どうすればお客様の信用は高まるか?
- 信用は「点→線→面」で考える
- 引き算的な発想で売り場を作る
- 地域1番店の真似では信用を失う・成果は生まれない!
- 地域1番店の真似をしない方法とは!?
- 地域1番店の5つの売り場プロモーション戦略の特徴を知る
- 売上3構造から売り場を作る

2. 成果を生むための5つの売り場プロモーションの作り方

——効果の得られる場所を知る

- なぜ、地域1番店のプロモーションと同じではいけないのか?
- 地域1番店を真似すれば、2倍差ではなく2乗差で負ける
- お客様の心を奪えば、客数シェア率は伸びる?
- 成果を生む(その1) 伝える場所を絞る
- 成果を生む(その2) ターゲット顧客を絞る
- 成果を生む(その3) 座る場所で展開する
- 成果を生む(その4) 勝ち告知は時間を意識する
- 成果を生む(その5) 伝達テーマを絞る+競合店を絞る
- 売り場プロモーションの商圈分析から戦略を練る

16:10~17:00

II. 自分たちでWeb集客を考える時代

1. YouTube運用と広告運用(Google広告)

- スタッフが広告塔!? 自店のマイチャンネル登録を増やせ
- 3つのセグメント(ターゲットエリア/キーワード/プレースメント)から始める

2. ツイッター広告(Yahoo! 広告)

- 3つのセグメント(ターゲットエリア/キーワード/類似フォロワー)から始める

3. LINE@友達追加よりもブロック意識

- 友達追加数とブロック数を把握できているか
- LINE@の信用ラインは「数」より「質」と認識

4. 自店サイトの分析ツール(アナリティクスの活用)

- どのデバイスで閲覧されているか?
- どのくらいのページを見られているか?
- どのくらいサイトに滞在しているか?
- どのくらいの方がサイトからすぐに離脱しているか?
- どこからサイトに訪れているか?

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>