

【株式会社ビルズ社内セミナーシリーズ：その5】

～パチンコ店長からの代表的 18 の質問～

『セミナー内容について』

パチンコホール店長は、日々多くのことを考え、実行しています。

ですが、同時に日々多くのことに悩みながら業務を行っていることも多いと思います。

このセミナーでは、「一生懸命考えているが、まだその結論を出せずにいる店長の方々」に向けて「店長からよく頂く質問」をピックアップして構成してみました。

1.玉も出している、新台も導入している。でも客は増えない。なぜ？

①店舗選びのメカニズム

②ソマティックマーカー

③「無関係」が「関係」する

④例えば・・・

2.店に滞在させる時間を延ばすための一番大きな要因は何か？

①「出るお金」と「入るお金」の存在

②「遊技機運用」について考える

3.「もっと大胆に考えろ！」と言われるが、具体的にどのように考えれば良いのか？

①「将来のことに関する仮説」を立てる

②例えば・・・

③常識を疑うとおもしろい

4.右肩上がりで経常利益を挙げる方法を教えてくれ（笑）

①そもそも「会社」とは？

②「コスト」と「利益」の因果関係

③「90%」の中身を知る

④例えば・・・

5.機種構成はよくなっているのに業績が上がらないのはどうして？

①「マイクロ目線」と「マクロ目線」

②遊技機における「自店の強み」の間違い

③「寡黙」と「雄弁」

6.お客さんに人気のあるスタッフを沢山作りたいが、どんな方法があるか？

①「人気のあるスタッフ」の特長

②「人気のあるスタッフ」は、どのように生まれたか

③上司がすべきこと

④「人気のないスタッフ」に何をしてもらおうか

7.自分の言葉には「説得力がない」と言われる。どうすれば説得力が身に付くのか？

①そもそもなぜ人に「説得力」を求めるのか

②「説得力の源泉」とは何か

③例えば・・・

④自身の「説得力」を高める上で必要なこと

8. 「店長の仕事をしろ」とよく言われる。自分ではしているつもりなのだが。
「店長の仕事」ってなに？

①「店長の仕事」とは何か

②店舗目標の設定

③新規集客目標の設定

④顧客維持目標の設定

⑤委任

⑥選択肢の選定

⑦資源の配分

⑧例えば新規集客の場合・・・

⑨例えば顧客維持の場合・・・

⑩遊技機運用目標の設定

9. 「スロット暗黒の時代」でスロットの業績維持、向上は可能か？

①「コイン単価」と「利益」の関係性

②遊技機PPM

(マーケットシェアと市場成長率の関係性)

③「遊技機に頼れない」ということは何を意味するのか

10.規制に触れない有効なキャッチコピーはどう作ればよいのか。

- ①2 種類の訴求方法
- ②キャッチコピー事例
- ③大事なこと

11.今までお客様アンケートをたくさん行ってきて営業に反映してきたが、イマイチ効果が……。それは今後も継続すべきか。

- ①少数意見と店長の思惑
- ②離脱客の心理
- ③例えば……(失敗例)
- ④アンケートから真実を読み取る方法

12.「客層を絞れ」と聞くと、客層を絞ると客数が減ってしまうのではないか。

- ①客数を増やすために「ターゲットを絞る」
- ②一般的な施策
- ③「会議の質」と「頭脳の数」
- ④ブランド構築 6 要素

13.新台入替をしても客数が 3 日で元に戻る。新台入替に意味はあるのか。

- ①「3 日で元に戻る店」の特徴
- ②「新台入替」の意義
- ③「戦略的新台入替」を行う

14.他店より時給が低い、玉箱使用。新規スタッフを募集しても集まらない。

- ①募集広告に頼らない
- ②店舗の役割
- ③例えば・・・
- ④既存スタッフの役割

15.解決策を考えていても良いアイデアが浮かばない。どうすれば良いか。

- ①人間は「2種類のタイプ」に分かれる
- ②投機的タイプの思考要素
- ③アイデアの方程式

16.午前中の客数が伸びない。何が足りないのか。

- ①そもそもなぜ早い時間から遊技しようとししないのか
- ②「居心地が良い」とは？
- ③開店1時間後の対比
- ④遊技機構成

17.夕方以降の客数が伸びない。何が足りないのか。

- ①「17時のワンプッシュ」をどう行うか
- ②「機種構成」で考える
- ③日常の集客プロモーションを変える

18.そもそも、こんな時代にパチンコ店の業績を上げることは出来るのか。

①理解すべきこと 1

②理解すべきこと 2

③理解すべきこと 3