

## 【業績向上社内セミナーシリーズ 1】

### ～パチンコ店舗運営における重要ポイント編～

#### I.はじめに

- 1.時代とパチンコ遊技 (1)
- 2.時代とパチンコ遊技 (2)
- 3.時代とパチンコ遊技 (3)
- 4.業績が上がる店とは？

#### II.資産と技能

- 1.「資産」とは？
- 2.「2つの資産」とは
- 3.「オンバランス資産」とは？
- 4.「ブランドエクイティ」とは？
- 5.「技能」とは
- 6.「技能」一例
- 7.競合店との差とは何から生まれるのか？
- 8.「業績向上3要素」とは？
- 9.これから必要な考え方

#### III.想起集合と FA

1.客はなぜ来ないのか？

2.想起集合

3.「想起集合」とは？

4.「集客」の妄想

5.「フィーリングアクセス」とは？

6.フィーリングアクセス例（店内）

7.フィーリングアクセス例（プロモーション）

IV.客が離れる理由

1.お客が離れる理由

2.「無関心」とは

3.「5年の法則」とは？

V.これからのパチンコ店舗運営

1.主要パチンコ店舗4大業務

2.端的に言えば・・・

3.これからのパチンコ店戦略①

4.これからのパチンコ店戦略②

5.「3つの客層」を考える

6.「3つの客層」のポイント

7. 「2つの価値」とは？
8. 「2つの店舗」を念頭に置く
9. 対立ではない。
10. 「目指す店」をこのように考える
11. 「年配層の特徴」とは？
12. 「若年層の特徴」とは？

#### VI. シェア

1. 市場シェア (A 要素) とは？
2. マインドシェア (B 要素) とは？
3. コミュニケーションシェア (C 要素)
4. 「コミュニケーションシェア」キーワード

#### VII. パチンコ店のブランド化

1. パチンコ店のブランド化とは？
2. ブランディングの意義とは？
3. なぜブランディングが必要？ ①
4. なぜブランディングが必要？ ②
5. なぜブランディングが必要？ ③
6. 「時間的猶予」の強み

7. 「店舗選択の5レベル」とは？
8. 「4つの認知レベル」とは？
9. 「ブランド認識」とは？
10. 「ブランド想起」とは？
11. 「トップオブマインド」とは？
12. 「支配ブランド」とは？
13. 「刷り込み効果」とは？

#### VIII.客の分類

- 1.お客の分類
2. 「ランクアップ」とは？
- 3.ランクアップ手法
- 4.イノベーター理論

#### IX.初回来店客の重要性

1. 「初回来店客の重要性」とは？
2. 「初回来店客の認識」とは？
3. 「最初の2秒」の判断要素
4. 「プラスイメージ店」のメリット
5. 「マイナスイメージ店」のデメリット

X.初回来店客を顧客に。

- 1.リピーターの作り方（1）
- 2.リピーターの作り方（2）
- 3.リピーターの作り方（3）
- 4.リピーターキーワード

XI.スタッフの役割

- 1.スタッフ能力
- 2.スタッフ感応性
- 3.スタッフ共感力

XII.レバレッジ

- 1.レバレッジ事例①
- 2.レバレッジ事例②
- 3.レバレッジ事例③
- 4.レバレッジ事例④

最後に。

- 1.「経費」？「投資」？
- 2.小さなミスが重なると業績は落ちる
- 3.「業績向上のため」に必要なこと