

【業績向上社内セミナーシリーズ 2】

～パチンコ店舗運営におけるプロモーション編～

I. プロモーションの捉え方

1. 「来店動機3要素」とは？
2. 今後のプロモーションの行い方
3. 売上計算式①
4. 売上計算式②
5. 売上計算式③
6. 「トリプルメディア」について
7. キャンペーンとメディア①
8. キャンペーンとメディア②
9. 「新しい利益」とは？
10. これからのプロモーション
11. 惹きつけ要素①
12. 惹きつけ要素②

II. 3つの重要キーワード

1. 新しい時代の重要3キーワード
2. コンテンツ（媒体）

3. 「コンテンツマーケティング」とは①
 4. 「コンテンツマーケティング」とは②
 5. コンテンツ事例：ブログ
 6. コンテンツ事例：ツイッター
 7. コンテンツ事例：ニュースレター
 8. 各コンテンツの目的
 9. メール会員が増えにくい状況において何をすべきか
 10. 「インタラクティブ性」について
 11. 「テクノロジー（技術）」とは？
 12. 「クロスメディア」とは？
 13. 「メディアミックス」とは？
 14. 「マーケティング（手法）」とは？
 15. 「マーケティングセオリー」とは？
 16. 業務体質の改善
- Ⅲ. 今後のプロモーション
1. 「今後の業績アップポイント」とは？
 2. 「代表的なプロモーション」とは？
 3. 「客の分類」とプロモーション

- 4.プッシュ型とプル型
- 5.「右脳型プロモーション」とは？
- 6.「左脳型プロモーション」とは？
- 7.「キャッチコピー2つの法則」とは？
- 8.キャッチコピー事例
- 9.情動レスポンス・プロモーション
- 10.「リアリティー」とは？
- 11.センスを磨く

IV.「情報」と「イベント」

- 1.お客様参加型イベントの罫
- 2.日本人は「情報収集が好き」

V.効果的なブログを配信する

- 1.ユーザーを惹きつけるプロモーションの行い方
- 2.ブログターゲット
- 3.「関心と興味」の基本
- 4.ブロガーの存在
- 5.プロフィール
- 6.目指すブログ

7.ブログの目的

8.ブログの書き方

9.スロット営業方針の公開

10.ブログの基本スタンス①

11.ブログの基本スタンス②

12.ブログの内容

13.ブログスピノフ

14.スロットユーザーが興味のあることを知る

15.一番店と下位店のプロモーションにおける方向性の違い

16.総付景品の有効な使い方

VI.パーソナリティーとプロモーション

1.「3人の代表者」①

2.「3人の代表者」②

3.「3人の代表者」③

4.「3人の代表者」④

5.「3人の代表者」⑤

6.「新台導入時」に何をすべきか