

【業績向上社内セミナーシリーズ 3】

～遊技機高稼動運用編～

1. 「4パチ・20スロ好調店6つの特長」
2. 「来店客の願望」とは？
3. 「ユーザーの機種選定傾向」とは？
4. 遊技機の分類①
5. 遊技機の分類②
6. 新台とは？
7. 「商品シンボルA」とは？
8. 「商品シンボルB」とは？
9. 「バラエティーコーナー」とは？
10. 「コンセプト機種」とは？
11. 機種構成図面の色分け
12. 「機種数と回遊率」を数値化する
13. ここから言えること
14. 「稼動が割れる」の間違い
15. 稼動アップにおける間違っただ考え方
16. 稼動アップにおける正しい考え方

- 17.バラエティーのアウトの決まり方
- 18.「期待効用額」とは？
- 19.MAX タイプから利益が取れない理由
- 20.全体アウトを上げるための考え方
- 21.回遊率を上げる方法
- 22.「アウトが高い機種」の理由①
- 23.「アウトが高い機種」の理由②
- 24.「アウトが高い機種」の理由③
- 25.「勝ちたい」を考える①
- 26.「勝ちたい」を考える②
- 27.「勝ちたい」を考える③
- 28.「勝ちたい」を考える④
- 29.「ストロングポイント」とは？
- 30.パチンコ店 SP 一例
- 31.対競合店の視点
- 32.「アウト向上費用」とは？
- 33.イノベーター理論と新台入替
- 34.ここから言えること

35. 「台数とアウト」の関連性
36. ここから言えること
37. 「新台」以外の「普及の16%層」
38. 「色々な新台入替パターン」とは？
39. 「新台入替の目的」とは？
40. 避けたい新台入替パターン
41. 「結果が出せる新台入替」とは？
42. 「結果が出ない新台入替」とは？
43. コンテキスト戦略（プロモーション）
44. 「出玉の放出パターン」とは？
45. 「出玉放出予算」とは？
46. 「今後の稼働が減る原因」
47. 「適正でない」とは？
48. この数字に着目する
49. 遊技機における「平日昼」の集客
50. 遊技機における「平日夜」の集客
51. 閉店前2時間の使い方