

【パチンコ店長の右脳セミナーVol.2～実践！パチンコ店のブランド戦略～】

～セミナー開催のご案内～

ホールで従事される皆様、日々激務お疲れ様です。

この度、「パチンコ店長の右脳セミナーVol.2～実践！パチンコ店のブランド戦略～」を行わせて頂く運びとなりました。

一年を通して様々なホール様にお邪魔させて頂いていますが、店舗毎に置かれた環境、状況は様々であり、多くの店舗様におかれましては「明日の営業をどのように行うべきか」に思考が偏っているのが現状です。そんな中、今回のセミナーは「明日の営業」ではなく、「長期的な運営基盤」、所謂「店舗のブランド化」を念頭に置いて作成させて頂きました。

現在業績好調な企業、店舗において参考とすべきは、表面的な施策事例ではなく、今回お話させて頂く「ブランド戦略」になります。

セミナー内容におきましては、意識的に様々なキーワードを盛り込み、机上の空論ではなく、「実践」を意識した内容として仕上げさせて頂きました。社内での共有を効果的に図るため、是非、複数でのご参加をご検討ください。今回も皆様とお会い出来ることを楽しみにさせていただきます。

株式会社ビルズ パチンコ集客マーケター 金村龍馬

[セミナー内容のご案内]

『はじめに』

1. 顧客を奪う①
2. 顧客を奪う②
3. パチンコ店のブランド化とは？
4. ブランドにしか出来ないこと

【第1章：パチンコ店舗のブランド化とは？】

『1. パチンコ店ブランディング』

1. パチンコ店におけるブランディングの必要性①
2. パチンコ店におけるブランディングの必要性②
3. パチンコ店におけるブランディングの必要性③
4. パチンコ店におけるブランディングにおける4つの効果
5. パチンコ店においてブランディングが行うこと

『2. パチンコ店の4つの認識不足』

1. 成果の出ない解釈①
2. 成果の出ない解釈②
3. 1/2しか行えていない
4. 長期的成長視点の欠落

『3. 資産と技能』

1. 勘違い①：それは「資産」ではない
2. 勘違い②：それは「技能」ではない
3. 「資産」と「技能」の重要性
4. これから必要な考え方
5. 競合店との差とは？
6. 言い換えれば・・・

【第2章：ブランドエクイティ】

『1. ブランドエクイティ』

1. ブランドエクイティとは？
2. ブランドエクイティ6要素
3. ブランドエクイティの中核
4. 「6要素」と「ネーミング・シンボル」の関係
5. ブランドエクイティのない状態
6. 多くのパチンコ店の現状

【第3章：ブランドエクイティの基礎①】

『1. ブランドロイヤルティ』

1. パチンコ店におけるブランドロイヤルティとは？
2. 店舗選択の5レベル
3. 過去の体験

『2. ブランドロイヤルティ、4つの戦略的価値』

1. マーケティングコストの削減
2. 機種構成における優位性
3. 新規客の誘因
4. 時間的猶予

『3. ブランドロイヤルティ、5つの維持と増大方法』

1. 顧客を正當に扱う
2. これからの店長の役割
3. 顧客満足を測定する
4. スイッチングコストを作る
5. 例えば・・・
6. 付加価値を付ける
7. 例えば・・・

『4. 新規客より既存客』

1. 間違った考え方
2. 顧客維持の利点
3. 今後の方向性

【第4章：ブランドエクイティの基礎②】

『1. ブランド認知』

1. ブランド認知とは？
2. なぜ「認知」が必要か

『2. 認知のピラミッド』

1. 4つの認知レベル
2. ブランド認識
3. ブランド想起
4. トップオブマインド
5. 支配ブランド

『3. ブランド認知の価値』

1. 「認知」と「連想」の関係
2. ブランド連想とは？
3. ブランド連想キーワードの重要性
4. 例えば・・・
5. 「親しみ」と「好意」
6. 「認知度」がもたらすもの

『4. 4つの認知獲得方法』

1. 認知を得る方法①
2. 認知を得る方法②
3. 認知を得る方法③
4. 認知を得る方法④
5. 認知度向上の結果

【第5章：ブランドエクイティの基礎③】

『1. 知覚品質』

1. 知覚品質とは？
2. 知覚品質の特徴
3. 知覚品質を上げるものとは？

『2. 知覚品質が作り出す5つの価値』

1. 知覚品質が作り出す価値
2. 来店する確率を上げる
3. 利益率を上げる
4. ステークホルダーの協力を得る
5. 店舗拡張の可能性を引き上げる

『3. 知覚品質に影響するもの』

1. 知覚品質に影響する要素①
2. 知覚品質に影響する要素②

「その1：遊技における知覚品質」

1. 遊技における知覚操作5項目
2. パフォーマンス
3. 遊技環境
4. 成功体験確率
5. 信頼性
6. プロモーションと完成度

「その2：サービスにおける知覚品質」

1. サービスにおける知覚操作5項目

2. ビジュアル
3. 参加意識
4. 能力
5. 感応性
6. 共感

【第6章：ブランドエクイティの基礎④】

『1. ポジショニング』

1. ポジショニングとは？
2. 質問
3. ブランド連想の6タイプ
4. 「ポジショニング」を探す
5. 2つの「顧客便益」
6. 「ターゲット」へのアピール
7. 「代表パーソナリティー」
8. 「店舗のパーソナリティー化」
9. 「対競合店」のポジショニング

【第7章：ブランドエクイティの基礎⑤】

1. 店舗名の重要性①
2. 店舗名の重要性②
3. 新旧ネーミング例
4. 効果的な店舗名の特徴

【第8章：ブランドエクイティの基礎⑥】

1. シンボルの重要性①
2. シンボルの重要性②
3. シンボルが果たす役割

次ページが「お申込み用 FAX」になります。

【パチンコ店長の右脳セミナーVol.2～実践！パチンコ店のブランド戦略～】

～会場のご案内とお申込み～

△ 大阪会場（←大阪会場ご希望の方はここに○を付けてください）

- 日時：6月25日<火>13:00～17:00 <受付12:30～>
- 会場：大阪市東淀川区東中島1丁目18番27号 新大阪丸ビル新館904号
※新大阪駅東口徒歩2分
- 定員50名 ※お申込書受領後、アクセスFAXを送付させていただきます。

△ 東京会場（←東京会場ご希望の方はここに○を付けてください）

- 日時：6月26日<水>13:00～17:00 <受付12:30～>
- 会場：東京都文京区後楽1-2-8 後楽1丁目ビル4F LEN水道橋
※JR総武線水道橋駅徒歩2分
- 定員80名 ※お申込書受領後、アクセスFAXを送付させていただきます。

△ ご参加費用

- 10,000円（税込） ※お支払い方法：当日会場にて

△ お申込み送信先FAX

- 3番店維新事務局（有限会社ダイドープロアクティブ内、事務局長 肌勢健二）
- 所在地：〒193-0352 東京都八王子市大塚621-1-103
- お問い合わせTEL：042-670-2336（平日10:00～18:00）

お申し込みFAX：042-679-4979

法人様名、ホール様名（領収書宛名： _____)

ご参加人数

ご参加代表者様氏名と役職

ホール住所

電話番号

FAX番号

E-mail（セミナー終了後テキストを送付させていただきますので、以下に正確にご記入ください）