

第一講座で加藤がお伝えした研修

出張型勉強会

“たった90日”で店長がマーケティング発想に変わる！
2014年だけでも、既に9社が始めている！

毎月3社まで
限定販売中

マーケティング店長研修II

客数分析 & 計数 & 理論思考店長になる

▶▶▶ 興味のある方はすぐにお読みください



一般的店長とマーケティング店長の違い

マーケティング店長

一般的店長／イベント時代店長

1. カン、なんとなく、思い込み、固定概念・成功体験、好き嫌い

営業計画や機械購入など、行動に「根拠」がありません。あるのは、過去の経験からくるカン。ヒドイ場合は、その店長の「好き嫌い」が、その根拠だったりします。もっとも信頼できない店長は、競合店を一切見ずに、営業をしている場合です。

2. 優先順位はなく、常に、その場対応

特に、根拠となる指標を持っていないため、起こった現象に対して、その場その場で対処することしかできません。3ヵ月後や半年後、1年後の店舗イメージはなく、毎月の予算(ノルマ)だけを追い掛けている。

3. 今の店や、今の商圈だけでしか通用しないやり方に固執する

過去、好景気だったときに結果を出した店長や、そのときの財産で営業をしている店長です。そのとき、その商圈では通用したことも、時と場所が変われば全く通用しないこともあるのです。

1. 数字で会話できる

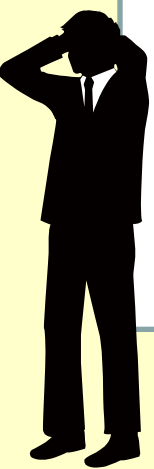
業績アップができるマーケティング店長の会話の特長がこれです。「CR仮面ライダー導入2週間後、4円ぱちんこ客のうち15%が着席しています。これは、過去でいうと、北斗の拳の17%、ガロの15%と同等の客数比率です。」
「4ぱち甘海客は商圈で30人。自店のシェアが40%の12人なので、沖縄海3甘デジは15台が適正導入です。」

2. 数字を根拠に営業戦略を決められる

自店商圈の①商圈規模(客数)②商圈のシェア(ポジション)③全国的な商圈との違い(商圈の可能性)④自店のシェアアップしやすい部門⑤タイミング、などを、数字として把握しているため、的確な手(仕掛け)を発見し、素早く行動&修正ができます。

3. どの商圈においても業績アップできる

全ての根拠を商圈内の「客数」という事実を元に考えられる店長が、マーケティング店長です。そのため、例えば、チェーン店に異動になったとしても、このスキルを身に付けていれば、困ることはありません。



振り返り
テスト
付き！

■マーケティング店長研修のプログラム（90日プラン）

1ヶ月目	マインド①	1) マーケティング店長の営業思考とは？ 2) 好景気マーケティングと不景気マーケティング
	客数分析①	1) 自店の現状把握の方法と押さえるべきポイント 2) シェアが意味する3つのポイント
	計数①	1) 機械運用に活用できる計数
	マインド②	1) ぱちんこ業績アップに必要なマーケティング要素 2) 商圈ポテンシャル最大化の見極め方
	客数分析②	1) 自店ポテンシャル最大化の発想 2) 自店のポジショニングと力相応一番戦略
	計数②	1) 客数向上に活かせる計数知識
2ヶ月目	マインド③	1) 競合店との差別化に必要なマーケティング理論 2) 6ヶ月先を読む差別化戦略
	客数分析③	1) 機械が生み出す客数比率（機械評価の方法） 2) 機械の客数比率から導く想定獲得客数
	計数③	1) 粗利シミュレーションに活かせる計数知識
	客数分析④	1) 商圈人口と遊技客数の関係 2) 流出、流入商圈の攻略思考
	計数④	1) 市場のポジショニングを把握する計数知識
3ヶ月目	客数分析⑤	1) ディスカッション（出店シミュレーション）
	計数⑤	1) ディスカッション（計数→営業計画へ）
	テスト	1) 振り返りテスト（客数分析、計数）
	マーケティング全体まとめ	1) テスト点数発表、補習メンバー通知
	客数分析（まとめ）	1) 全体の振り返り
	計数（まとめ）	

■本研修を受講されたお客様のお声を紹介させていただきます。

- ・有限会社S社様（関東3店舗、500台クラス Y店長）
「ぱちんこ業界が長かったため、その固定観念が抜けずにいたのですが
今回ゼロからマーケティングを学び、**数字を根拠に提案する重要さに気付きました。**」
- ・株式会社U様（関東10店舗、入社5年目 新卒T班長）
「今まで何の基準や根拠も無く機械を導入している店長のやり方を見ていて
モヤモヤしてところがありました。この研修を店長と共に受けて
自店シェアや客数比率を店舗で見える化する等、**明らかに良い方向へ向かっています。**」
- ・株式会社K様（関西10店舗、基幹店300台 F店長）
「**計数について基本的な知識が欠落していました。**こんなに営業に活用できたと思うと過去
を振り返ってマズイなど。色々恥ずかしくなりました。マーケティング店長を目指します。」
- ・K株式会社様（西日本エリア10店舗、500台 K主任）
「加藤さんの『他業種でも通用する市場価値の高い人材になれ！』という言葉が印象的で
マーケティング力を更に高めてどの業種でも通用する店長になって、まずは**今いる店舗の
商圈ポテンシャルの最大化を追求し続けたい**と考えています。」

マーケティング店長研修（予約状況）

研修専門コンサルタントではなく、現役コンサルタントが講師を担うため、毎月研修を行える社数に限界を設けています。先着順で対応させていただきますので、ご了承ください。

**毎月限定
社数制度**

対象	定数	1月	2月	3月	4月	5月	6月
店長／エリアマネージャー	定数3社／月	受付終了	受付終了	受付終了	3社予約済	残り1社	残り2社
店長候補	定数2社／月	受付終了	受付終了	受付終了	2社予約済	残り1社	残り1社
新入社員／若手社員	定数2社／月	受付終了	受付終了	受付終了	残り1社	残り1社	残り2社
対象	定数	7月	8月	9月	10月	11月	12月
店長／エリアマネージャー	定数3社／月	残り2社	予約可	予約可	予約可	予約可	予約可
店長候補	定数2社／月	予約可	予約可	予約可	予約可	予約可	予約可
新入社員／若手社員	定数2社／月	予約可	予約可	予約可	予約可	予約可	予約可

※2014年3月20日時点の状況です
 ※空き状況は、お問合せください

TEL:0120-948-990(平日9:30~18:00)

加藤振一良・山本（キヨ）



① 6ヶ月プラン「客数分析&計数&理論思考」研修
(期間：6ヶ月間、月1回)

30万円/月(税別)

※交通費は実費請求させていただきます

② 90日プラン「客数分析&計数&理論思考」研修
(期間：3ヶ月間、月2回)

60万円/月(税別)

※交通費は実費請求させていただきます

市場規模(商圈の客数)を把握し自店のポジショニングを確定することで営業の選択肢を数字の根拠を持って選択できるスキルアップを実現する研修。機械(新台、中古機)の導入台数においても導入のメリハリの考え方を学び、想定獲得客数を市場規模から算出することで導入台数を根拠を基に算出する反復練習をいたします。計数を使った営業計画の構築など理論武装するための研修を実施します。

個店それぞれのご質問にも対応！

「徹底的「数字で語るトレーニング」」
1. 営業はマーケット(市場規模)の占有競争
仮面ライダー、エウレカ2は自店に何台導入しますか？

8月
全体客数 1000人

P客数	600人	4円P	400人	MAXストル	200人
		1円P	200人	1円P	100人
				海シリーズ	100人
					400人
S客数	400人	20円S	300人	ART	200人
		5円S	100人	ジャグラー	100人
					300人
自店	180人	4円P	120人	MAXストル	40人
		1円P	60人	1円P	20人
				海シリーズ	60人
					120人
自店	90人	20円S	60人	ART	40人
		5円S	30人	ジャグラー	20人
					60人

プラン①

6ヶ月プラン

**中期間で思考の定着を！
風土改革に有効**

プラン②

90日プラン

**短期間で思考に変化を！
即時スキルアップに最適**

「マーケティング店長研修について」



とお問い合わせください。

TEL : 0120-948-990 (平日9:30~18:00)

アミューズメント支援部 加藤振一良・山本（キヨ）

マーケティング店長研修 メイン講師



加藤 振一良(かとうしんいちろう)
アミューズメント支援部
チーフ経営コンサルタント

【コンサル分野】マーケティング、マネジメント

営業・人材開発全般に対応できるコンサルタント。前職の役員経験を活かし、中小企業の経営者の視点でお客様に関わっている。経営全般の知識を持っていることで、一石三鳥のサポートでお客様の満足度が高い。



西川 佳孝(にしかわよしたか)
アミューズメント支援部
チーフ経営コンサルタント

【コンサル分野】マーケティング、マネジメント

パチンコホールの業績アップ・人材開発の両面から成果を出すことができるコンサルタント。組織・人に強く船井総研内における部下育成にもとても定評がある。ユーモアたっぷりの話術は、一見の価値あり。