

# 【第1回】売り場ランチェスター戦略研修

テーマ	売り場ランチェスター戦略 ～売り場プロモーションを科学する～
目的	売り場ランチェスター戦略を学ぶ
対象者	店長以下の役職者
実施時間	2.5時間(質疑応答30分)
必須事項	筆記用具
宿題	退店導線の変革前後の写真事例を撮影

実施時間	形態	内容
20分	共有	パチンコ店の売り場の一等地とは？
	共有	お客様がイライラを感じない場所は？
	実技	心理学的視点から売り場プロモーションの重要な場所を把握
30分	共有	世の中の流行・売れているものを集める
	講義	戦い方を明確に分けるランチェスター戦略
	共有	差別化の具体的戦術とは？
30分	共有	差別化戦略で勝った桶狭間の合戦
	講義	なぜ、差別化しなければならないのか？
	共有	A軍の損害:B軍の損害／接近戦および遠隔戦
	講義	損害量の差から見た差別化の理由
	共有	同じような名前(営業形態)の飲食店は？
	共有	モスバーガーの業態は？
	共有	なぜ、ランチェスター戦略を無視してしまうのか？
	実技	一般的には、どの敵とどう戦う？
※	課題	退店導線を一点突破の売り場プロモーションに変革

# 【第2回】売り場ランチェスター戦略研修

テーマ	売り場ランチェスター戦略の使い方 ～売り場プロモーションを科学する～
目的	売り場ランチェスター戦略ABC分析を学ぶ
対象者	店長以下の役職者
実施時間	2.5時間(質疑応答30分)
必須事項	筆記用具
宿題	スモールaの展開を強化した変革前後の撮影

実施時間	形態	内容
20分	共有	売り場プロモーションの数値化とランチェスター戦略を掛け合わせる
	講義	武器効率＝売り場の「6」つの数値化
30分	講義	商圏の競合選定をどの基準で決めるのか？
	共有	どちらが好き？
	講義	市場シェアを高める理由
	講義	キットカットが勝ってポッキーは負けた原因は？
	講義	ポッキーが1番の売上になるには？
30分	共有	弱者の客数シェアの目標値は？
	共有	シェア率を計算する
	共有	商圏内での市場占有率の目標値
	講義	競合店が追い越せない射程距離理論を知る
70分	実技	売り場ランチェスター戦略ABC分析から売り場を読み解く
	実技	カバー率を算出する
	実技	スモールabcdの振り分けを行う
	実技	Aa率を算出する
	共有	強化・撤退しなければならない告知内容の発見
※	課題	強化しなければならない告知内容の告知構成比率を高める

# 【第3回】売り場ランチェスター戦略研修

テーマ	売り場ランチェスター戦略の局地戦 ～売り場プロモーションを科学する～
目的	売り場ランチェスター戦略を駆使する空間を知る
対象者	店長以下の役職者
実施時間	2.5時間(質疑応答30分)
必須事項	筆記用具
宿題	局地戦を活かした売り場変革の取り組みを撮影

実施時間	形態	内容
20分	共有	局地戦の異業種事例を集める
	講義	ハワイ専門店と沖縄専門店
80分	講義	売り場ランチェスター戦略ABC分析の復習
	共有	なぜ、Caを作り込むのか？
	講義	戦い方の定石はAaを作る→Caを作る
	共有	局地の局地で戦う
	講義	「Ca」=告知構成比率の個別管理育成法
	共有	個別管理育成法の注意点
	講義	通り過ぎる場所と座る場所の告知構成比率の状態を考える
	講義	店舗全体の変革思考は売り場改善を止める！？
50分	講義	「Ca」は個別の場所の純度を高めることから始める！
	共有	売上3構造を理解する
	講義	ここ最近の入店導線と退店導線
	実技	売り場ランチェスター戦略ABC分析と局地戦を組み合わせる
	実技	局地戦を活かした戦い方ができるように売り場プロモーションの計画を立てる
※	課題	局地戦を活かす売り場プロモーションを実践

# 【第4回】売り場ランチェスター戦略研修

テーマ	売り場ランチェスター戦略の陽動戦 ～売り場プロモーションを科学する～
目的	売り場ランチェスター戦略から見た変化するタイミングを知る
対象者	店長以下の役職者
実施時間	2.5時間(質疑応答30分)
必須事項	筆記用具
宿題	陽動戦を活かした売り場変革の取り組みを撮影

実施時間	形態	内容
20分	共有	陽動戦の異業種の事例を集める
	共有	パチンコ店の陽動戦とは？
	講義	実施したくない・できない取り組みを増やす！？
30分	共有	現在のパチンコ店の掲示物の設置期間は？
	講義	陽動線を踏まえた鮮度率を高めた取り組み
	講義	お客様の行動心理の視点に寄り添う変化
	共有	一点集中主義の事例を集める
	講義	「だれ」に伝えたいのか明確化にして販促率を高める
	講義	「なに」の伝える角度を変えて販促率を高める
50分	講義	モノ消費からお客様が反応するコト消費へ
	実技	モノ消費をどのように表現するのか？
	講義	モノ消費の正体はランチェスター戦略だった！？
50分	実技	売り場ランチェスター戦略の一騎打ち戦を踏まえる
	実技	売り場ランチェスター戦略ABC分析と局地戦・陽動戦を組み合わせる
	実技	陽動戦・局地戦を活かした戦い方ができるように売り場プロモーションの計画を立てる
※	課題	陽動戦を活かす売り場プロモーションを実践

# 【第5回】売り場ランチェスター戦略研修

テーマ	売り場ランチェスター戦略の接近戦 ～売り場プロモーションを科学する～
目的	売り場ランチェスター戦略を活用する場所を知る
対象者	店長以下の役職者
実施時間	2.5時間(質疑応答30分)
必須事項	筆記用具
宿題	売り場ランチェスター戦略から売り場変革したプレゼン資料の作成

実施時間	形態	内容
40分	共有	接近戦の事例を集める
	共有	物理的な距離を埋める
	講義	接近戦の本質を知る
	講義	接近戦を踏まえた滞留率の展開
	共有	心理的な距離を埋める
	講義	接近戦を踏まえた訴求ポイント数の活用
	共有	訴求ポイント数の活用の利点とは？
	共有	もうひとつの利点である単純接触効果とは？
50分	実技	売り場ランチェスター戦略ABC分析と局地戦・陽動戦・接近戦を組み合わせる
	実技	自店の商圈を売り場ランチェスター戦略で分析する
60分	実技	売り場プロモーションの販促カレンダーを作る
	実技	一騎打ち戦を行う競合店および育成機種の選定
	実技	売り場ランチェスター戦略ABC分析から一点集中主義の運用
	実技	局地戦・陽動戦・接近戦をさらに販促カレンダーに追加する
※	課題	売り場ランチェスター戦略に基づいた販促カレンダーの活用

# 【第6回】売り場ランチェスター戦略研修

テーマ	売り場ランチェスター戦略のミート戦略 ～売り場プロモーションを科学する～
目的	地域1番店の戦い方を知る
対象者	店長以下の役職者
実施時間	2.5時間(質疑応答30分)
必須事項	筆記用具
宿題	WEB広告を実践する

実施時間	形態	内容
40分	共有	このプロモーション、「良い」or「悪い」?
	共有	視点を変える:どちらの宝くじ売り場で宝くじを買う?
	共有	地域1番店と地域2番店以降の差とは?
	講義	地域2番店以降のお客様の心の声
	講義	商圈順位によって良し悪しは変わる!
	共有	誇張広告が信頼を失う!?
	共有	どのように信頼を貯めるのか?
	講義	信頼の構築は「点→線→面」
	講義	「引き算的発想」で売り場を作る
	共有	競合他店の真似をせず、独自の取り組みを強化するためには?
20分	講義	地域1番店のプロモーション戦略を知ろう!
	講義	地域1番店のミート戦略のプロモーションとは?
	講義	強者のプロモーション戦略・戦術
90分	講義	WEB広告を活かす
	講義	WEB広告の全体像を捉える
	講義	インストリーム広告とディスカバリー広告を活かす
	講義	LINEとWEB広告を掛け合わせる
※	課題	WEB広告とLINEを活用してマーケット拡大と再来店促進を同時に狙う

# 【第7回】売り場ランチェスター研修

テーマ	売り場プロモーションの勝ち方 ～年間全国1,000店舗調査の真実～
目的	<b>ロイヤルカスタマーの強化</b>
対象者	店長以下の役職者
実施時間	3時間(質疑応答15分)
必須事項	筆記用具
事前宿題	自店分析から取り組みを可視化

実施時間	形態	内容
40分	共有	類似客層の捉え方:この取り組みは?
	講義	本当に、「だれ」に絞れば効果がでるのか?
	講義	忠誠心の高いお客様に絞り込む
	講義	青山学院Hiconとの共同研究から見た真実
	講義	デシル分析とは?
	講義	パレートの法則から見たパチンコ店
	講義	RFM分析とは?
30分	実技	RFM分析からお客様の離反を防ぐ方法
30分	講義	実施すべき売り場プロモーション戦略とは?
	実技	RFM分析を踏まえた手書きDMが活きる?
40分	共有	デシル分析およびRFMP分析からロイヤルカスタマーを発見・定義
	講義	大きな損失を防いでから他方面に着手
40分	共有	ロイヤルカスタマーが最大のターゲット客層
	実技	売り場ランチェスター×ロイヤルカスタマーから具現化できること