

～画一的にトレンドを追うのではダメ～ 前半戦、自店はどの部門を頑張る？

グローバルアミューズメント株式会社
代表取締役 青山 真将樹

Hondaのマーケティングプロジェクトリーダーとして新商品の開発企画に従事。
企画商品は「日本カーオブザイヤー」、「日経新聞大賞」など各賞を獲得。

2007年、とあるコンサル会社に入社。在籍6年9か月で4度の
「年間最多コンサルティング受注」を獲得、現役最強トップコンサルタントとして
突出した存在となる。2013年12月、パチンコ・パチスロの機械評価・市場分析に
特化した、コンサル&シンクタンク会社グローバルアミューズメント株式会社を設立。
現在、ホール&メーカー双方から支持される業界唯一のコンサルタントであり経営者。



皆様、こんにちは。グローバルアミューズメント株式会社 代表取締役 青山真将樹

です。本日は営業施策関連の検討について考察記事をご提供させていただきます。

先週(3/16～3/18)に実施した機械評価勉強会でお伝えした内容の振り返り
記事となります。その後、お問合せが非常に多い内容でしたので改めて記事として
配信させていただきます。よろしくお願い申し上げます。

■自店客層を考えた施策検討の視点とは？

以下3つの考え方についてご理解ください。

- ①機械のトレンドと自店客層がマッチしていない店が
沢山ある(特に3番店以下)。そのような店は
機械トレンドだけで施策を考えるとダメ
- ②売上を伸ばしたいなら、お客様が最もお金を落として
くれる部門(売上一番部門)で施策検討
- ③見た目客数を伸ばしたいなら、お客様が最も滞在する
部門(見た目客数一番部門)で施策検討

無料期間は今月末迄!! HPより利用登録をお願いします→

■多いパターン①:トレンドに乗ってる強い店の例

	売上	客数
4円パチンコ	○	○
低玉パチンコ		
20円パチスロ		
低貸しパチスロ		

4円パチンコが強い一番店は上記のような形になります。このような店は4円パチンコのミドルをガンガン入替するか、4円ミドルの花形機種で放出施策をとるという一般的に誰でも思いつく視点で施策を検討すべきです。利益率管理や店舗美観などについては細かくみるべきですが、営業施策については逆に細かくなり過ぎず骨太に進めた方が良いケースだと考えています。

■多いパターン②:三番店以下ケース

	売上	客数
4円パチンコ	○	
低玉パチンコ		○
20円パチスロ		
低貸しパチスロ		

機械代をかけて4円パチンコの入替量を増やせば売上は伸びます。但し、会社の経営方針として機械代を多くかけ続けることができない店舗は低玉パチンコで施策を打ち客数の伸びから着手した方が良いでしょう。具体的には安価中古機などを適切に選定し低玉部門に継続投入などの施策が効果的になると考えています。

■多いパターン③:パチスロを頑張るべき店

	売上	客数
4円パチンコ		
低玉パチンコ		○
20円パチスロ	○	
低貸しパチスロ		

このパターンの店は前半戦にパチスロを放置し過ぎると売上減→業績低下になると考えます。1台でも良いので毎月新台導入+中古良台の後追い施策を検討してほしい店だと考えています。ぜひ参考にしてください。

最後までお読み頂きありがとうございました、

利用登録 GA会員専用 検討新台シミュレーションシステム