

タイトル	入店率を『5%』上げるお店がやっている秘密を公開！	対象	店長	研修時間	240分
目的	自店の入店率を実際に出してみよう！ (通路を歩く客数事前チェックシートで確認する)				
内容	1.「立止り率」から「入店するお客さまの行動」を分析 2.「立ち去り率」から「チラッと見て立ち去ったお客さま」を分析 3.開拓できる潜在顧客と顕在顧客を明確にする手法を解説 4.店舗の認知度を計るバロメーターを教える 5.入店につなげるために『入店率が上がったお店の秘密』を伝授 6.『入店を促すため不足していることは何か』を探し、持ち帰る ※入店率＝入店客数÷店前通行人数×100※				

タイトル	集客・売上をアップさせるための「一店逸品運動」	対象	店長	研修時間	120分
目的	SCにおける個店のマーチャндаイジングの重要性について、再確認するとともに、逸品運動の進め方について学ぶ				
内容	1.見逃せないSCの抱える問題点 2.お客様の「楽しい」を引き出せ 3.SCのMDを見直せ 4.一店逸品運動とは 5.逸品とは 6.事例紹介 7.一店逸品運動の効果				

タイトル	SCにおけるマーケティング戦略とは	対象	店長	研修時間	120分
目的	競合や消費者ニーズの変化に対応すべく、昨今のSCに求められるマーケティング戦略について考察するとともに、MD戦略への展開を学ぶ				
内容	1.マーケティングとは ①環境対応 ②環境要因 ③SWOT分析 2.競合環境 ①流通業界の動向 ②SC業界の動向 3.消費者ニーズへの対応 ①ライフスタイルの変化 ②消費者行動の変化 ③ヒット商品、繁盛店から探る ④注目すべきマーケット 4.競争戦略 ①ポーターの「競争優位」論 ②SCの競争戦略 5.差別化戦略 ①SC特性と機能の見直し ②ポジショニング分析 ③競合店分析 6.SCにおけるMD戦略 ①マーケティングとマーチャンダイジング ②MD戦略その1＝テナントミックス戦略 ③MD戦略その2＝品揃え戦略				

タイトル	競争力のあるお店がやる『ストアコンパリゾン(競合店調査)』を学ぶ！	対象	店長	研修時間	240分
目的	自店と競争店の違いに無関心ではいけない！『競争店調査の実際のやり方』を教えます。				
内容	1.自店のホットアイテム・マス商品・VP・IP強化商品など、目に付きやすい場所のバリエーション・品揃え・などデータ・打ち出し方を調べ、記録シートに書く。(事前配布シート) 2.テキストに用意された「ダミー競争店記録シート」と「自店の記録シート」を比較して優劣ジャッジを行う 3.「自店の勝っている商品戦略」をバーチャルチェックし仮の分析をする 4.グループワークから他との比較 5.「理想の店頭打ち出し」を確認 6.自店スタッフと話し合う材料となる「記録比較チェックシート」を記録～水平展開用に持ち帰り～				

タイトル	労務管理	対象	店長	研修時間	240分
目的	自店で行うPT/Aの採用面接・定着率の良い方法・手法を学ぶ				
内容	<ol style="list-style-type: none"> 1.良い面接について、ポイントとなる流れを解説 2.実際の面接場面を再現する 3.チェックシートに基づいて「もれ・だぶり・ぬけ」の有無状況を把握 4.スキル&態度チェックをする 5.自店のケースと照らし合わせる 6.自店に持ち帰り、次期店長に水平転換できるように記録を残す 7.「ガイドブック」に落とし込む 				

タイトル	「健全な店舗運営のための 計数管理活用法」 ～数値の読解力と先を読む力を養う！～	対象	店長	研修時間	240分
目的	店長・リーダーが知っておくべき『計数の基礎と計数管理』				
内容	<ol style="list-style-type: none"> 1.お店の業績に大きく影響している営業数値の見方を理解する 2.売上の集計・分析が簡単にできるように解説 3.予算数値を達成するための自店の仮説を考える 4.自店改善策を考える 5.数字が見える・問題が見える・解決策が見えるシートをつくる 6.計数管理による自店売上傾向の把握と対策を練る ～シートを持ち帰る～ 				