

■開催要項■

| 時間 | 講座内容 | 担当講師 |
|---|--|--|
| 12:45～受付 ホテル熱海に集合(最寄駅:JR熱海駅) (※昼食のお時間はございません。各自お済ませのうえ、ご参加ください。) | | |
| 第1講座 (13:00～14:00) | 戦略的失敗は戦術・戦闘では補えない。 2020年へ向けた成長戦略 | 株式会社 S・Yワークス 取締役 経営コンサルタント 牧田 良生 |
| 第2講座 (14:10～15:00) | 近き喜びて遠き来る！ 濃密地元集客と超大型商圈WEB集客術 | 株式会社 S・Yワークス 経営コンサルティング本部 佐々木瑛理 |
| バスで移動(約20分) | | |
| 視察 (15:15～15:30) | SNSで大反響！3日間で3,500個を販売した プリン専門店「熱海プリン」を徹底視察！ | |
| バスで移動(約20分) | | |
| 視察 (15:50～16:30) | 伊豆村の駅&TAMAGOYA TTC責任者様の特別解説付の視察タイム【質疑応答】 | |
| 第3講座 (16:30～17:00) | TTC流お買場づくり術 メディアが注目するお買場がこれだ！ | 株式会社 TTC 総支配人 江部 彰氏 |
| 第4講座 (17:00～17:45) | まとめ講座 | 株式会社 S・Yワークス 取締役 経営コンサルタント 牧田 良生 |
| セミナー終了後、バスでJR三島駅へ移動 (18:00頃解散予定) | | |

【株式会社 S・Yワークス担当講師】



経営コンサルティング本部
取締役 経営コンサルタント 牧田 良生
S・Yワークスの菓子コンサルティングチームのリーダーを担当。“利益率3倍化と新しい成長戦略の構築”の考え方を基に主テーマは、収益改善、ブランド戦略の構築、商品開発、プロモーションを行っている。これまでの実績としては、年商17億円、赤字9,000万円の菓子店を1年で8,500万円の黒字化、年商20億円の菓子店の工場生産性を現状の1.8倍化、年商2億円の洋菓子店の主力単品開発、育成により赤字決算体質を経常利益7%化をはじめ多数。ビジョンを前提とした効果的な意思決定と推進サイクルに乗せて、現場とチームを構築して成果創出していくスタイルを大切にしている。



経営コンサルティング本部
佐々木 瑛理
入社以来、菓子業界や食の業界のプロジェクトに従事し、若い女性の視点からみた繁盛店情報の収集や時流分析を得意とする。これからの時代に必要とされる「デジタルコミュニケーション」をテーマに、新しい販促や顧客創造の手法を研究している。主宰セミナー「デジタルコミュニケーション戦略セミナー2017」など

【開催日時・参加料金】

会場 2017年12月12日(火)13:00～17:45 伊豆村の駅 & TAMAGOYA
料金 お一人様:27,000円(税込)
 ■集合:KKR 熱海ホテル 12:45～受付
 ■解散:JR三島駅 18:00(予定)

※セミナー申込み後のキャンセルのお申し出がある場合、12月1日以降のご連絡は、ご参加費用の50%、12月5日以降は参加費用の100%をキャンセル料として申し受けますのでご了承下さい。※お申込みが最少催行人数に達しない場合には、中止とさせていただきます。万が一中止となる場合には、12月1日(金)までにご連絡いたします。

【セミナーの内容についてのお問い合わせ】
株式会社 S・Yワークス

〒980-0811
宮城県仙台市青葉区一番町1-2-25 仙台NSビル8階
TEL:022-722-2007 FAX:022-722-1770
担当:牧田良生・佐々木瑛理

圧倒的集客力を誇る「イベント企画力」。
短期間で昨対380%を実現した「SNS集客術」。
奇跡の成功事例を体感する視察ツアー！



限定30名様

—超繁盛店の秘密に迫る視察ツアー！—

集客成功事例体感クリニック

in 伊豆村の駅 & TAMAGOYA

TOP SECRET
in 伊豆村の駅
年間来場客数200万人！？
10年で契約農家の売上2倍。
直売所甲子園2回連続優勝。
驚異の集客力の秘訣とは？

TOP SECRET
in TAMAGOYA
リニューアル後、たった2ヶ月で
単月昨対380%を実現！
短期間で繁盛店を創り上げた
驚異のSNS活用術とは？

2017年12月12日(火) 13:00～17:45

集合:KKRホテル熱海 解散:JR三島駅



株式会社 S・Yワークス

〒980-0811
宮城県仙台市青葉区一番町1-2-25 仙台NSビル8階
TEL:022-722-2007 FAX:022-722-1770
担当:牧田良生・佐々木瑛理

この超企画力を体感せよ！ 繁盛店創造は企画力で決まる！

— 集客成功の秘訣は、「イベント企画力」と「SNS活用法」にある。 —

圧倒的集客力を実現した超企画力は、
イベント企画力 × SNSを活用した集客力。

繁盛店創造に欠かせない集客力の秘訣とは？

圧倒的な集客を生み出す 「イベント企画力」

伊豆村の駅は、年間来場客数200万人の超繁盛村の駅です。10年で契約農家の売上は2倍にのぼり、直売所甲子園では2年連続優勝の実績を残しています。また、名物単品の開発にも成功し、「しいたけバーガー」は販売から1年半で40,000個を販売しました。

- 運営の企画力=仕掛力
- 名物単品の開発
- エンターテインメント型のお買場づくり

時流を掴みSNSを活用した 「デジタル集客力」

2016年のリニューアル後、SNSを活用した販促手法により、8月単月昨対380%を実現しました。SNS拡散のために必要な仕掛づくりの要素を網羅しています。



- 各SNSの性格とポジショニング
- 販促適正マッチング
- ニーズに応える配信

ネット主流の時代に、お客様を惹きつけ呼び寄せる要素は？
リアル店舗とデジタル店舗の融合が鍵となる。



リアル店舗でのコンセプト、トーンがデジタル店舗でのコンセプト、トーンと統一性があるものかという視点が何よりも大事になります。統一性を感じることで、より支持率が向上していく。

- ① ユーザーに合わせたコンテンツである。
- ② コンセプトが明確である。
- ③ 更新頻度・改善頻度が高い。
- ④ 共感要素がある。
- ⑤ シェアされやすい。

機能的価値

感情的価値

価値

伝えたいこと
(美味しさ/便利さ/機能性)

引き出す感情
(感動/満足/体験)

※この価値がどれだけの質で形成されているか？
ということが繁盛店になるためのポイントとなる。

視察が絶えない繁盛直売所「伊豆・村の駅」

視察先：伊豆村の駅

2006年にオープンした「伊豆・村の駅」は、オープン初年度から12億円を超える年商を誇り、静岡県伊豆エリアにおいて地元密着経営を実現しながらも、観光客も多く訪れる超繁盛直売所です。「伊豆・村の駅」の強みは多くありますが、その一つに社員自ら造り上げる「エンターテインメント型お買場」があります。そのお買場づくりについて担当者から解説付視察を行い、ご講演もいただきます。

施設年商12億！ 直売所年商4.5億！
エンターテインメント型のお買場に注目！

視察先：TAMAGOYA

店舗リニューアルに伴い、デジタル販促を活用し、その成果はたった2ヶ月で売上380%を実現しました。ここ、TAMAGOYAさんを目当てに遠方からもお客様が来店されます。そして連日長蛇の列…。今、デジタルを駆使した販促は欠かせません。成功する店舗と成功しない店舗の違いとは？ 一体店舗にはどんな仕掛けがあるのか？ その全てを体感いたしましょう。

2ヶ月で売上380%！
驚異の繁盛店創造ストーリーとは？

