

平成29年度 日本専門店協会
短時間で学ぶ「ショップスタッフのための ディスプレイセミナー」
《新人～中堅販売員・店長コース開講》

一般社団法人日本専門店協会

●セミナーの狙いと効果

1. どんなに魅力的な商品も、そして素晴らしい接客も、お客さまに入店して頂けなければ、その役割を発揮することは絶対にできません。
今年度のセミナーは、今までお店の前を通り過ぎてしまっていたお客さまの目を引き、足を止めて、お店に入って頂き、お買い上げ頂くためのより具体的な仕組みと手順を学びます。
2. 豊富なスライドを使ったケーススタディを中心に、店舗の写真を持ち寄り、他のメンバーがお客様の立場で感じたことをコメントするグループワークでお互いの感性を高めます。
3. 多くの好例の紹介をもとに、誰でも明日からすぐに取り組むことができる、簡単かつ実践的なビジュアルでとても分かりやすい内容になっています。
4. 衣料・靴・バッグ、服飾雑貨、時計、メガネ、食品・菓子、インテリア雑貨等、物販専門店共通。
5. 新人・中堅は勿論、店を預かるマネジャー、店長、VMD担当者、バイヤーなどスタッフにも最適です。

講師は「ディスプレイは『商品売るための手段』」とおっしゃる椎野伝一先生です。

I. 実施期間および会場

期 間：平成29年5月 計3回

会 場：日本専門店協会会議室（港区北青山2-12-8 荒川ビル Tel:03-5411-5351）

講義時間：1回 2時間 13:30~15:30 合計6時間

II. 募集人員 / 25名（1社で複数受講可。）

III. 受講料 / Aコース（連続受講）3回・1名：19,440円税込（一般32,400円税込）

Bコース（単発受講）1回・1名：7,560円税込（一般11,880円税込）

3回連続受講の方への2大特典！！

① 椎野先生が実際の店舗に出向き、現状の課題抽出と解決へのアドバイスを行います。

（連続受講1名につき1店舗。店舗の追加、遠方場合は別途ご相談ください。）

② 6月21日に開催を予定している【コーディネートのコツとディスプレイ実技】セミナーが優待料金に。

《講師：椎野伝一先生プロフィール》

1976年、早稲田大学文学部心理学科卒業後、(株)絵里奈入社。バイヤー、販売計画、能力開発を担当。82年、(株)ドメス入社、プランニングディレクターとして活躍。90年、(有)丸伝を設立し代表に就任、現在に至る。主に専門店チェーンにおける能力開発やVMDシステムづくり、店舗オペレーション分野でのコンサルティングと、それらの各分野での企業研修、セミナーを中心に活動。(一社)日本専門店協会VMDセミナー専任講師、同協会ディスプレイコンテスト審査委員、パンタン総合研究所VMD店舗オペレーション分野担当講師として指導するかたわら、『ファッション販売』『商業界』『織研新聞』『フットウェア・プレス』等でディスプレイ関連記事を連載。

●お問合せ/ (一社)日本専門店協会事務局 川村・花井まで (03-5411-5351)

キ リ ト リ

日本専門店協会宛 (FAX 03-5411-5515)

平成29年度「日本専門店協会 ディスプレイセミナー」参加申込書

貴社名	
ご住所	〒
お申込者名	お役職
	ご氏名
	TEL () FAX () メールアドレス()
参加希望の講義の〈 〉内に○印をつけて、〈 〉に参加人数を書き入れてください。	〈 〉第1回 5月17日(水)×()人 〈 〉第2回 5月24日(水)×()人 〈 〉第3回 5月31日(水)×()人

ショップスタッフのためのディスプレイセミナー
《平成29年度スケジュール&カリキュラム》

日本専門店協会

実施月日	カリキュラム
第1回 5/17(水) ・13:30～15:30	<p>【VMDの基本今取り組むべき課題とは？】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●なぜ今、VMDなのか？ <ul style="list-style-type: none"> ・オムニチャネル時代への対応 ・売場は最大かつ低コストの媒体 ・売場活性化のポイント＝リアルショップの強みは空間づくり ●VMDの目的と役割 <ul style="list-style-type: none"> ・よい商品や素晴らしい接客に触れてもらうため <ul style="list-style-type: none"> ①まず店に入ってもらわなければ始まらない ②足を止めてもらうには、先ず目を止めよう ・売上数値を上げるため <ul style="list-style-type: none"> ① 入店客数 UP ②売上客数 UP ③売上単価 UP ・視覚に訴えれば <ul style="list-style-type: none"> ① 人は視覚で情報の85%を得ている②効率的な接客ができる ●売れるプレゼンテーションとは？ <ul style="list-style-type: none"> ・自店の顔作り＝入店してほしいお客さまとは？ <ul style="list-style-type: none"> ① 自店の商品を買っていただくのがお客様 ②お客様を知ることから始める ・お客様を店や商品の前まで連れてくる＝遠目からのアテンション <ul style="list-style-type: none"> ① 遠目からのインパクトが肝心＝売場のどこが目立つのか？の再確認 ② 訴求要素を絞り込む ●効果的なプレゼンテーションのための6項目 <ul style="list-style-type: none"> ・色やトーンを絞り込む・動くもの、光るもの、大きいものを活用する ・空間構成を考える・そばにあるものをディスプレイする・照明効果を活用する ・売場トータルでカラーを統一する ●グループワーク <ul style="list-style-type: none"> ・事前に用意した店舗の写真2点（A4版）を使用し、他のメンバーがお客様の立場で感じたことをコメント。自店の提案と不一致の箇所等から問題解決を話し合い今後改善すべき点を確認します。
第2回5/24(水) ・13:30～15:30	<p>【VMDの実践プロセス①売場作りとカラーコントロールのポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●カラーの基礎知識 ●カラーイメージとお客様の心理 ●配色の基本 ●売場におけるカラーの活用法 実習 カラーコーディネート実習
第3回 5/31(水) ・13:30～15:30	<p>【VMDの実践プロセス②入りやすく・買いやすい売場作りと空間構成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●売れる売場とは？ <ul style="list-style-type: none"> ・目を引く店頭 ・入りやすい売場 ・買いやすい売場 ●売場レイアウトの基本 ●ディスプレイ構成の基本 ●ワークショップ ワークショップ グループワーク →ダミーを使いディスプレイスペースを想定した構成実習 ＝形、大きさ、色の違うモノを使って、空間をまとめる作業です。