

メディスンショップ経営塾

2010年度 上半期

回数	実施日	研修テーマと概略	時間	担当者
第1回	4月25日(日) 14時-16時	我々の事業は何? - 薬局事業の構造的特質と事業ドメイン -	120分	メディスンショップ・ ジャパン(株) 金 宇烈
		「敵を知り、己を知れば百戦戦い百戦敗れからず」のためには、まずわれわれの事業を理解し、どうあるべきを理解しなければなりません。薬局事業の構造的特質を皆で考えた上で、今後も生き残り、お客様に必要とされる薬局とはどうあるべきか、を考えます。		
第2回	5月23日(日) 10時-12時	事業の展開の仕方、成功のシナリオ - 戦略の理解と必要性 -	120分	メディスンショップ・ ジャパン(株) 金 宇烈
		自分と競合他社を知ったら、今後はいかに戦っていくか、そのシナリオを描かなければなりません。戦略とは何か、なぜ戦略が必要なのか、そして戦略に関する諸説を考えながら、薬局経営に示唆するところを考えます。		
第3回	6月20日(日) 16時-18時	自社(店舗)の戦略を作ってみよう	120分	メディスンショップ・ ジャパン(株) 金 宇烈
		第1回の調剤薬局の事業構造的特質、そして第2回の戦略に関する基礎的理解を踏まえた上で、参加者がいくつかのグループに分かれて経営戦略を策定してみます(グループワーク)。		
第4回	7月25日(日) 14時-16時	戦略を実践に具現化する機能 - マーケティング意義と薬局事業における必要性 -	120分	メディスンショップ・ ジャパン(株) 金 宇烈
		マーケティングは構築された戦略を具現化していくために非常に有効なツールです。マーケティングとは何か、なぜ薬局にマーケティングというものが存在していないのか、そして今後なぜマーケティングが薬局事業に必要なのかを考えてみます。		
第5回	8月22日(日) 14時-16時	店頭におけるマーケティングの実践 - お客様動線を重視した店舗設計による増客 -	120分	メディスンショップ・ ジャパン(株) 平山 圭一郎
		売れる店舗に共通するものは、はっきりした店舗コンセプト、それに合致した店舗デザイン、分かりやすいゾーニング、触れやすい棚割方法があります。これらをお客様動線の観点から学習します。		
第6回	9月26日(日) 16時-18時	店頭におけるマーケティングの実践 - 購買訴求を高める陳列とPOPの設置 -	120分	メディスンショップ・ ジャパン(株) 平山 圭一郎
		店舗演出は売上に直決しています。特に、陳列とPOPはお客様への購買訴求力を高める非常に重要なツールで、店舗スタッフの感性だけではなく、科学的な根拠と経験知を利用することでその効果を高めることができます。本講座では陳列やPOP制作の仕方、設置方法などについて勉強します。		

※参加の返事は1週間前までに所属とお名前を記入して頂き、FAXにてMSJの本部までご連絡ください。

※講師の都合などにより研修時間や内容が変更される場合がございます。

※上記の教育研修はフランチャイジーのスタッフは無料で御受講になれます。