

【販売促進】

NO	タイトル	内容	収録時間
H1	美しい色装～斜め式 合わせ式		26
H2	美しい色装～進物包装・基礎知識編		23
H3	美しい色装～進物包装・実践編		26
H4	お店からお客さまへのメッセージ・メディア ①手書きPOP入門編		23
H5	お店からお客さまへのメッセージ・メディア ②手書きPOP上達法		30
H6	新製品開発と戦略的マーケティングの実際 ～C・マツダ		60
H7	新製品開発と戦略的マーケティングの実際 ～D・ワコール		60
H8	ディスプレイ NO.1～貼りのテクニック		17
H9	ディスプレイ NO.2～置きのテクニック		15
H10	入りやすい店売れる店 ①客をよぶアクション		30
H11	入りやすい店売れる店 ②客をよぶ店づくり		30
H12	だれにもわかるマーケティング ①マーケティングの基本		30
H13	だれにもわかるマーケティング ②マーケティングの戦略		30
H14	初心者のディスプレイ		18
H15	新ランチェスター戦略 ①戦略入門編		45
H16	新ランチェスター戦略 ②差別化戦略編		45
H17	新ランチェスター戦略 ③重点化戦略編		45
H18	現代マーケティングシリーズ ①市場が企業を生かす		30

NO	タイトル	内容	収録時間
H19	現代マーケティングシリーズ ②需要を創る		30
H20	現代マーケティングシリーズ ③競争に勝つ		30
H21	こんなサービス・あんなサービス 1. 感動を与えるサービス		30
H22	こんなサービス・あんなサービス 2. 知恵を売るサービス		30
H23	現代マーケティングシリーズⅡ ①市場リーダーへの道(ケース1)		30
H24	現代マーケティングシリーズⅡ ②市場リーダーへの道(ケース2)		30
H25	現代マーケティングシリーズⅡ ③市場リーダーへの道(戦略策定と統合)		30
H26	セールス志願 やどかりの章		50
H27	セールス志願 えびかこの章		45
H28	セールス志願 若あゆの章		35
H29	ひろ子さんがんばってー接客販売技術の基本ー		60
H30	すぐに役立つマーケティング 第1巻 マーケティングとは何か		30
H31	すぐに役立つマーケティング 第2巻 実践マーケット・リサーチ		30
H32	すぐに役立つマーケティング 第3巻 実践未来につなぐ戦略づくり		30
H33	店頭マーケティングの実際 ①店頭マーケティングの基本	店頭マーケティングの重要性を様々な要素から紹介。	30
H34	店頭マーケティングの実際 ②店頭マーケティング活動の進め方	店頭活動をどう進めるか、具体例で解説。	30
H35	店舗づくりシリーズ 買いやすい売場づくりのポイント1 人が集まる売場をつくろう～入口・店内レイアウト・陳列～	店の入口、店内のレイアウト、そして店内の商品の陳列について、買いやすい売場づくりのヒントを紹介	25

NO	タイトル	内容	収録時間
H36	店舗づくりシリーズ 買いやすい売場づくりのポイント2 売場がひきたつツールを使おう～照明・売場ツール～	商品をひきたてるための素敵な照明を施している事例と、チラシ、ポップ、プライスカードといった売場ツールを使って商品と売場を一段とひきたてている事例を紹介	22
H37	お客様の心をつかむ売場のクレーム対策 ①クレーム対策の基本	クレームはいろいろあっても、基本的な対応のポイントは共通。どうすればお客様に満足していただけるか、クレームをどう積極的に活かしていくかを探ります。	30
H38	お客様の心をつかむ売場のクレーム対策 ②ケーススタディ こんなときどうする？	わかっているがなかなかうまくできないのがクレーム対応。この巻ではよくある様々なクレームのケースを想定して“模範回答”を懇切丁寧に教えます。	30
H39	販売促進の実際 ①販売活動の手段と進め方	最終的な「売り」を作る販売促進の効果的な進め方。様々な販促手段とその使い方について解説。	30
H40	販売促進の実際 ②戦略展開のノウハウ	戦略の立案・展開のポイントを事例で紹介。	30
H41	お客様づくり繁盛店 1. 社長のための販促基本講座	お客様の立場での販促アイデア発想法とそのアイデアを店の繁盛効果に結びつける販促企画の立て方などについて解説。	40
H42	お客様づくり繁盛店 2. DM実技編	新規客をファン客にして、買い上げ客を顧客に仕上げる、段階的「ふれあいお客づくり作戦」の中で、最も効果的な役割を果たす、DMの作り方と使い方を解説。	31
H43	お客様づくり繁盛店 3. POP実技編	生活づくりに役立つチラシなど、繁盛効果に結びつける具体的な手法を学ぶ。	31
H44	お客様づくり繁盛店 4. チラシ実技編	効果的なPOPの基本と自店の魅力を高める手書きPOPの書き方をわかりやすく説明。	42
H45	顧客をつくる 1. ドラマ・明日みる夢／販売スタッフの仕事って何？	「売る販売スタッフ」から「顧客を創る販売スタッフ」への転換を動機づけます。	27
H46	顧客をつくる 2. 接客対応の基本・お客様をお迎えする4つのポイント	お客さまをお迎えする4つのポイントを解説する。	10
H47	顧客をつくる 3. 接客対応の基本・商品を説明する6つのポイント	商品を説明する6つのポイントを解説する。	12
H48	顧客をつくる 4. 接客対応の基本・お買い上げからお見送りまでの7つのポイント	お客さまへの商品お買い上げからお見送りまでの7つのポイントを解説する。	11
H49	顧客をつくる 5. また会いたい人になる！自分を磨く技術	人間的魅力は努力で高められる。お客さまを覚え、お名前でご呼ぶための技術を解説する。	9

NO	タイトル	内容	収録時間
H50	顧客をつくる 6. 接客マナーのチェックポイント10	お客さまへの接客ポイント10について解説する。	13
H51	顧客をつくる 7. お客さまを理解する～購買心理の動きを解く	購買心理の7段階、潜在ニーズと顕在ニーズ、動因と誘因、欲求の5段階説について解説する。	10
H52	顧客をつくる 8. 対応の技術 洗練された動作とことばづかい	お客さま品位のスタンスを印象づけ、心地よいことば使いについて解説する。	13
H53	顧客をつくる 9. 対応の技術 ニーズを掘り起こす質問法	事実を知る・考え方を知る・確認のための質問法について解説する。	12
H54	顧客をつくる 10. 対応の技術 アドバイスが活きるベネフィット話法	ベネフィット話法について解説する。	13
H55	顧客をつくる 11. アフターフォローの実践	働きかけるアフターフォローとクレーム対応について解説する。	7
H56	顧客をつくる 12. お客さまとお店をよく知り、店づくりに活かす	自分のお店を知り、お客さまを知り、お店づくりに活かす。	10
H57	営業ハガキ増客術 1. 「営業ハガキ」の威力	全国の営業マン達に新規顧客の開拓、固定化の「最高の道具」としての“営業ハガキ”の書き方等について解説。	50
H58	営業ハガキ増客術 2. 「営業ハガキ」の書き方	全国の営業マン達に新規顧客の開拓、固定化の「最高の道具」としての“営業ハガキ”の書き方等について解説。	50
H59	めざせ！地域NO. 1店 小売業のためのランチェスター戦略①新任店長の挑戦	「競争を科学としてとらえた」ランチェスター戦略は、生き残りを賭けて日々戦う小売業に明確な展望を指し示してくれる”必勝の戦略”だ。ある中堅スーパーを舞台にしたドラマを通じて、商圈設定や戦略立案の具体的な手順をリアルに解説！	30
H60	めざせ！地域NO. 1店 小売業のためのランチェスター戦略②逆転の戦略は？	ランチェスター戦略には、弱者が強者を倒す様々な戦術がある。「差別化」「局地戦」「一点集中」「接近戦」「陽動作戦」。競合店の攻勢で苦況に陥ったスーパーが、緻密な現状分析に基づく戦略展開によって、ついにNO. 1店になるまでの過程をドラマで生き生きと描く！	30
H61	実践！顧客満足①顧客満足とは？	右肩上がりの時代は終わり、企業が消費者から選ばれる時代。知らないうちに顧客を失い、売上や利益まで見逃してはいないだろうか？経営戦略としての顧客満足をわかりやすく解説。	30
H62	実践！顧客満足②どうやって顧客を取り込むか？	社員一人ひとりが顧客と接する瞬間にどんなサービスを提供できるか？顧客満足の実践に必要な考え方をだれにでもわかるように解説。	30
H63	実践！顧客満足の経営 顧客主導のサービス戦略①どうやって顧客に近づくか	顧客を奪い合う企業間競争が激化する中、サービスのクオリティを意識しない企業はますます顧客を遠ざけてしまいます。顧客満足を実現する組織的な取り組みや経営手法を、実際の企業の事例をまじえてわかりやすく解説。	30

NO	タイトル	内容	収録時間
H64	実践！顧客満足経営 顧客主導のサービス戦略②従業員満足が顧客満足を生む	顧客の生涯価値を獲得するには、サービスのクオリティの向上が欠かせません。従業員一人ひとりが顧客(社内顧客)と接する瞬間にどんなサービスを提供できるか？顧客満足の向上に必要な組織環境をだれにでもわかるように解説。	30
H65	誰でもできる感動接客①なぜ、客は接客に不満を感じるのか	なぜ、客は接客に不満を感じるのか？どんな瞬間に、客は感動するのか？実際にあった接客の感動シーンをドラマでリアルに再現し、客の心を動かす接客アクションのノウハウをわかりやすく紹介する。	30
H66	誰でもできる感動接客②感動を生み出す接客アクション	なぜ、その人から買いたくなるのか？サービスを受けたいのか？接客アクションの良い例・悪い例を具体的に紹介しながら見知らぬ客の心を動かす感動接客のノウハウをくわしく紹介する。	30
H67	今日からプロ販売員①販売員の基本マナー	販売員のマナーは、まず心から。心のこもった態度に形が伴えば万全です。お客様第一主義の心構えを基本に、身だしなみから言葉づかいまで、売り場ですぐに役立つ知識・常識・動作を丁寧に分かりやすく解説。	30
H68	今日からプロ販売員②接客の技術とポイント	お客様の気持ちは複雑。上手な接客を心掛けないと、お客様に逃げられてしまいます。どこで声をかけるか、商品をどう見せるか、購買心理に基づいた接客のテクニックを具体的に生き生きと解説。	30
H69	今日からプロ販売員③売り場の数字ABC	数字は売り場の言葉です。プロ販売員を目ざすなら、数字で考え、数字で語ることが必要。売上高、粗利益、商品回転率など、基本的な売り場の数字について、販売員の仕事と関連づけながらやさしく明快に解説。	30
H70	ホップ・ステップ・ラッピング基礎編		30
H71	ホップ・ステップ・ラッピング応用編		30
H72	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり コンセプト編 生活者参加の売れるしくみづくり		29
H73	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践編第1巻 女性(主婦)スタッフの説明・面接会		14
H74	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践編第2巻 初回ミーティング		10
H75	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践編第3巻 生活新聞の製作・編集		15
H76	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践編第4巻 手づくりの集い		11
H77	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践編第5巻 生活新聞のお届け活動		10

NO	タイトル	内容	収録時間
H78	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践 編第6巻 創刊の集い		15
H79	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践 編第7巻 集客できるイベントとは		13
H80	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践 編第8巻 イベント成功の布石		10
H81	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践 編第9巻 お客様状況の把握とMAP		13
H82	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践 編第10巻 購買機会提供のストーリーづくり 事例		11
H83	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践 編第11巻 共感社ネットワークづくり		11
H84	3年で5倍のお客様づくり・ファンづくり 実践 編第12巻 女性(主婦)スタッフの育成		10
H85	顧客満足度アップのために 1.CSの基礎知識	1. CSが求められる背景 2. CSとは 3. 満足度アップのポイント	30
H86	顧客満足度アップのために 2.CSの進め方	1. 成功のポイント 2. CS活動のステップ	30
H87	顧客満足度アップのために 3.満足度の調べ方	1. 満足度を測るには 2. 調べ方の色々	30
H88	顧客満足度アップのために 4.満足度を上げるには	1. 満足度アップのポイント 2.現場でできるCS	30
H89	実践！マーケティング・リサーチ 1. マーケティング・リサーチの基本	・マーケティング・リサーチとは ・マーケティング・リサーチの手順 ・マーケティング・リサーチの手法 ・リサーチャーの条件	20
H90	実践！マーケティング・リサーチ 2. 新商品開発リサーチの進め方	新たな商品やサービスを市場に出す場合には、製品コンセプト、品質や使い勝手(プロダクトユース)、価格、パッケージ、広告などの評価、テスト販売、需要予測といった多様なリサーチを実施します。これらの手法をドラマを交えて紹介します。	20
H91	実践！マーケティング・リサーチ 3. 商品育成リサーチの進め方	すでに市場に出した商品やサービスを育成する場合には、初期購入者を追跡しての満足度調査から、市場への浸透度、広告の効果測定まで、商品力を強化するために多様なリサーチを実施します。これらの手法をドラマを交えて紹介します。	20
H92	顧客ロイヤルティのすべて 1. 顧客ロイヤルティとは何か	・なぜうまくいかないのか？—顧客満足の誤解 ・顧客ロイヤルティ経営の前提条 ・ミッション・ステートメント ・完結型サービス提供システム	20

NO	タイトル	内容	収録時間
H93	顧客ロイヤルティのすべて 2. 顧客ロイヤルティを生む仕組みづくり	従業員は顧客 ー社内顧客、共同経営者としての従業員 ・情報公開とコミュニケーション ・顧客満足の評価を数字で把握する ・感動だけが顧客のロイヤルティを生む	20
H94	販売員のためのお客様タイプ別トーク法① お客様は4つのタイプに分けられる	■お客様4タイプの特徴と違い ■お客様のタイプはどのようにして見分けるか ■自分のタイプを知ってよりよい対応を	25
H95	販売員のためのお客様タイプ別トーク法② このお客様にはこのトーク	■狩猟タイプこだわり型の攻略法 ■狩猟タイプ受け入れ型の攻略法 ■農耕タイプこだわり型の攻略法 ■農耕タイプ受け入れ型の攻略法	25
H96	データベース・マーケティングー顧客管理の手法	1. データベース・マーケティングの基本 2. 顧客リストの作り方 (1)フォーマット作り(2)リスト作り 3. 顧客リストの活用方法 (1)分析手法(2)データの活用	30
H97	顧客本位のテレマーケティング	1. テレマーケティングとは 2. テレマーケティング成功のポイント (1)受け手の立場で考える(2)企画段階の留意点(3)実践段階の留意点(4)入手情報活用上の留意点 3. ケーススタディ (1)地域密着型商店(2)産地直送販売	30
H98	Webマーケティング(1)Webマーケティングとは	企業と顧客の関係をOne to Oneに変えたインターネット。Webだからできるインタラクティブで低コストな商品開発、プロモーション、販売、サポートの実際をわかりやすく解説。	30
H99	Webマーケティング(2)成功するWebサイト	魅力的な品揃え、分かりやすい店構え、きめ細かい顧客対応、信頼される工夫。リピーターが集まる人気サイトの構造を具体的な事例で解説。	30
H100	「チームで進める顧客価値創造の実現」1 顧客とは何か 価値とは何か ～時代は「モノ」から「コト」へ～	サービス経済社会において、お客さまにとっての価値は「モノ」から「コト」へとシフトしています。「まず顧客ニーズありき」という考え方を転換させ、お客様と共に価値を創造していくプロセスの重要性を理解します。	21
H101	「チームで進める顧客価値創造の実現」2 顧客の理解と市場の創造 ～顧客と共に価値を創り出すために～	お客様のニーズが不確かな現代。お客さまを深く知り、理解するうえで大切なのは「対話」と「情報共有」です。チームとして、お客さまとどのように対話をすすめ、お客様の情報をどう共有していくかを考えます。	29
H102	「チームで進める顧客価値創造の実現」3 顧客との相互進化～顧客価値を創造するプロセスをどう展開するか～	顧客価値はお客様との対話を通じて共に学習しながら創り出すものです。このプロセスを加速化し、スパイラルに展開していくために、第一線の現場で 何をしていくかを考えます。	30
H103	「チームで進める顧客価値創造の実現」4 求められる能力とは何か～顧客価値を創造するための4つの能力～	お客様との対話の中から、顧客価値を創造していくために、お客様と接する現場の人にとどのような能力が求められているのか、どのような場面で発揮していくかを見ていきます。	13

NO	タイトル	内容	収録時間
H104	顧客のハートをつかむ電話のかけ方	電話のかけ手のちょっとした配慮や言葉遣いで、迷惑なセールス電話か、顧客をつかむアウトバウンドコールかの違いが出る。顧客満足につなげるための「電話のかけ方」の基本を解説する。	20
H105	第7回全国SC接客ロールプレイングコンテスト～決勝戦～「SCの接客を学ぶ」	全国7地区から選抜された優秀な競技者のロールプレイングを、審査項目別に優れた点を「ナレーション入り」で紹介した教育ビデオ。お客様の来店目的を表示し、来店目的別対応もわかるようになっています。上位5名は全競技を収録。	90
H106	第8回全国SC接客ロールプレイングコンテスト～決勝～決勝戦”から「気持ちを伝える接客”	平成15年1月23日に開催された決勝戦の白熱した競技の様相を記録したビデオ。全国7カ所の地区大会より選ばれたレベルの高い17名の競技者の接客から、即実践的内容が学べます。競技者の表情をアップでとらえ、イキイキした表情もつかめます。業種もファッションから食品・飲食まで多業種にわたっています。	160
H107	プロ接客担当者のためのワンポイント・アドバイスー立ち方・歩き方であなたが変わる、お客様が変わる	お客様の好感を得ることができる「立ち方・歩き方」とはどのようなものか。第一線での企業イメージ向上につながる「立ち方・歩き方」の基本をワンポイント・アドバイスする。	20
H108	プロ接客担当者のためのワンポイント・アドバイスー笑顔であなたが変わる、お客様が変わる	お客様の好感を得ることができる「笑顔」とはどのようなものか。第一線での企業イメージ向上につながる「笑顔づくり」の基本をワンポイント・アドバイスする。	20
H109	プロ接客担当者のためのワンポイント・アドバイスーラッピング上手になってあなたが変わる、お客様が変わる	お客様の好感を得ることができる「包装・ラッピング」とはどのようなものか。第一線での企業イメージ向上につながる「包装・ラッピング技術」の基本をワンポイント・アドバイスする。	20
H110	サービスの原点！ホスピタリティーお客さまと感動を共有するー DVD	なぜホスピタリティーが大切なのかを「虎屋」「モスバーガー」「パレスホテル」などのエピソードを通して紹介・解説しています。	83
H111	第一印象で差をつける外見力マネジメント 1.外見力マネジメントの基本	外見力の基本をドラマ仕立てで解説します。	20
H112	第一印象で差をつける外見力マネジメント 2.実践！外見力マネジメント	シチュエーションごとの外見力向上のポイントを紹介します。	20
H540	新潟見附にパリコレが!?ニット産地のやる気づくり大作戦		15
H541	商品ユニーク売り方大胆！？自由発想の面白会社	東京にあるアパレルメーカーの新しいパラダイム発想経営のポイントを紹介。	15

NO	タイトル	内容	収録時間
H542	米ビツ管理システム！？画期的 お米屋さんの販売戦略	コンピュータによる顧客管理や配送システムを活用し、急成長している米屋が福井市内にある。この会社の画期的な販売戦略を報告。	15
H543	苦境を乗り越える！戦略商品の育て方		15
H544	超リアル！恐竜ロボットで攻めの事業戦略	ロボットを「遊び」の世界に持ち込み、怪獣・交通誘導ロボットなどロボットの持つエンターテインメント性を強力にアピールしている企業が埼玉県にある。同社の企画・想像力を生かしたマーケット戦略のポイントを報告。	15
H545	たかが氷？されど氷！夢を氷に込めて商品開発	氷の可能性を徹底追求したユニーク商品開発。名水を活用した冷凍しても凍らないかき氷、クリスマスツリーの氷彫刻の販売など氷に夢を乗せ感動的な商品を提供したいとする、北海道の氷会社の想いとマーケティング戦略を報告。	15
H546	温泉・ホテルがターゲット 石鹸メーカー体感マーケティング	自社のボディソープをホテルなど業務用にのみ販売し、製品を直接体験してもらうことで、独自の販売システムを展開している石鹸メーカーのマーケティング戦略のポイントを探る。	15
H547	天然調味料へのこだわり！新たな市場を開く専門メーカー	魚肉タンパク質を自然分解させて作る天然調味料は、栄養学的にもバランスの優れた食品であるという長年の信念のもとに天然調味料にこだわり、苦労の末商品化した企業が愛媛県にある。単なる営業ではなくテクニカルサービスと位置づけた営業戦略や積極的な研究開発により、天然調味料という新たな市場を創造することに成功した同社のマーケティング戦略を探る。	15
H548	沖縄の特産をお菓子里に！ケーキ屋さんの顧客カード戦略	長いホテル修業で培った技術を生かし洋菓子店を開業。職人かたぎのため手の込んだ質の良い商品を提供すればお客は必ず喜んで購入してくれるものと信じ商品作りに励んできたが、顧客カード等の顧客管理システムの導入により、従来の考えを一転させた。顧客ニーズに徹底した商品作りにより売上を伸ばしている沖縄県の菓子店((有)ボンファン)の新商品開発のポイントを紹介する。	15
H549	工業用からホビー商品へ！カラーワイヤーの商品開発	工業用カラーワイヤーの製造を基にホビー用カラーワイヤー分野に進出している企業が大阪府にある。ホビー用のやわらかいカラーワイヤーを開発するとともにテキストブックを開発・提供し、消費者の満足度を高めようとしている日本化線(株)の新市場開拓の取り組みを紹介する。	15
H550	お客様大事の原点ー仕事と組織を見つめなおす12のヒント DVD	1.「お客様第一」は本音か、タテマエか 2.お客様に責任を果たすのは誰か 3.誰のためのルール・規則か 4.お客様の要望・期待を正確に把握しているか 5.ビジネスパートナーとしての協力関係はどうあるべきか 6. お客様の声を商品・サービスに反映しているか 7.電話での応対 8.お客様第一を自ら率先垂範しているか 9.お客様の声を共有化しているか？10.販売後のフォローは十分か 11..お客様の声を活かして会社の仕組み・手続きを改善しているか 12.お客様第一の思いは現場社員まで徹底されているか	110

NO	タイトル	内容	収録時間
H551	お客様の心をつかむ 実践！ホスピタリティー気づく・考える・行動する DVD	<p>1.「気づきメモ」で職場が活性化－株式会社JOMOネット東京－ ー お客様に最高のもてなしをするには？と常にお客様目線で考え改善していこうと事業所一体となって取り組むガソリンスタンド・サービスステーションの活動を紹介</p> <p>2.「SMILE&SEXY」で自分物語をつくろう－株式会社物語コーポレーション－ チームワークによるホスピタリティ環境を大切にし、自分らしさの発揮、自分らしく生きるには？とユニークな経営理念を掲げるフードビジネスの活動事例</p> <p>3.「心あたたか明光義塾」の実践－株式会社明光ネットワークジャパン－ 明るい挨拶等、コミュニケーションを大事にしたホスピタリティ塾を目標に取り組む教育フランチャイズの学習塾を紹介</p>	65
H552	CS・ホスピタリティーの極意 DVD	<p>CS、ホスピタリティーの第一人者で「リッツ・カールトンで学んだ仕事でいちばん大事なこと」の著者がクレド・ホスピタリティーの必要性を熱く語ります。</p>	43