

ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」



企画の100本メニュー

B to Bマーケティング企画

企画の100本メニュー

054

1

提起する
問題・課題

共感や感動をつくる 感性的な仕事の 経営方針ができないか？

精神的な価値を求められる時代の経営方針をドラマにする

経営方針 ドラマ・パンフレット

社員へ・株主へ・取引先へ...新しい価値を開拓する経営方針づくり

社会が大転換しているので、経営も大転換しなければなりません。

経営の大転換は、技術やシステムや製造設備などを主体とするハードな変革に対しても、共感や感動をもって伝える感性的なコミュニケーションが重要です。

本企画は、企業の経営方針を感性的な理解にまで深める「ドラマ・コンテンツ」で伝えます。

「経営方針ドラマ・パンフレット」を社員に配信して、いつでも観られるようにします。

株主や取引先や社員の家族にも観て頂き、新しい時代の新しい価値を開拓する波をつくります。

ING
CORPORATION

商品に”心の価値“を加えて、ビジネスの”新しい価値“を開拓する

本企画のメニューは、激変する社会に対応するために、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する企画です。

商品の“新しい価値”とは、商品の「モノの価値」に対する”心の価値“の開拓です。

”心の価値“とは「商品を使う喜びや幸福感」であり、それはお客様が永遠に求め続けるものです。

貴社の課題解決ソリューションとしてのオリジナルの企画をご提案させていただきますので、お気軽にお問合せ、ご相談ください。

共感や感動をつくる 感性的な仕事の 経営方針ができないか？

精神的な価値を求められる時代の経営方針をドラマにする

経営方針 ドラマ・パンフレット

社員へ・株主へ・取引先へ...新しい価値を開拓する経営方針づくり

2

新しい価値 の開拓

情報社会のお客様が求めているのは、商品やサービスで得られる不便の解消や苦勞からの解放だけでなく、「喜びや幸福感」です。かつては製品の品質で満足を得られましたが、これからは「お客様の喜びや幸福感」の“心の価値”をビジネスに組み込む経営が必要になります。事業経営には、その要望に応える豊かな感性や美意識が必要です。「経営方針ドラマ・パンフレット」は、その“心の価値”を創造する経営に貢献します。理性的な分野の技術やシステムは文章や図式で表現できますが、「お客様の喜びや幸福感」の感性的な分野は、繊細なドラマのストーリーの方が伝えやすいからです。「お客様の喜びや幸福感」を開発する経営方針を、キャラクター・CG・アニメーション映像を駆使して、社員や株主や取引先へ分かりやすく伝えます。共感・感動が求められる時代の“新しい価値”を、楽しくて分かりやすいドラマにして、社員全員の心に共有する方針書です。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

社員の方は自社商品の歴史や素材の調達状況を十分に理解しているでしょうか。また、顧客満足度だけでは把握しきれない、お客様の商品への「思い」を理解しているでしょうか？この2つを知り、2つの視点から商品を掘り下げて、未来を開拓するのが「経営方針ドラマ・パンフレット」です。従来は感性的な価値を数値化して経営をしてきましたが、その数値を感性的な価値に還元することで、社員の心に灯がともるようにします。

4

企画の目的 と効果性

企画の目的は、どんどん変化していくお客様の心を捉える感性を磨くものです。ミッションやパーパスという言葉や目標数値だけでは、「お客様の立場に立って、お客様の心を捉えること」ができません。部門単位で「基本的なドラマ」「お客様のドラマ」「経営のドラマ」を創ると、社員全員がお客様の視点で経営を考えられるようになります。

