

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

BtoBマーケティング企画

企画の100本メニュー

056

1

提起する
問題・課題

激変する社会に対応する 社員を育成する方法はないか？

仕事の戦略・戦術・実行をドラマで分かりやすく伝える

人材育成 ドラマ・パンフレット

仕事の専門性・価値観・感性を“楽しいドラマ”で掘り下げる

社会や人々の価値観や感性が多様化し、ビジネスの難しさは新たな局面に入っています。この変化に対応するには、ビジネス業務に、お客様が求める価値観と感性を融合し社員のエンゲージメントを向上させる必要があります。それにはお客様が求める価値観や感性を掘り下げる戦略や、戦略を実行するシステムなどの戦術、(AIの積極活用により)人間にしかできないアイデアの実行が必要になります。本企画は、企業の論理から脱してお客様の視点に立ち、「商品を使う喜びや幸福感」をドラマにして社員に伝えます。ドラマを土台にして社員の一人ひとりの個性や感性や価値観を引き出して、多様化する社会の“心の価値”を開拓する人材育成に貢献します。

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。

激変する社会に対応する 社員を育成する方法はないか?

仕事の戦略・戦術・実行をドラマで分かりやすく伝える

人材育成 ドラマ・パンフレット

仕事の専門性・価値観・感性を“楽しいドラマ”で掘り下げる

2

新しい価値 の開拓

「社員育成ドラマ・パンフレット」は、企業の論理から脱してお客様の視点に立ち、多様化する社会の“心の価値”を開拓する人材育成に貢献する企画です。具体的には、「商品の本質を掘り下げて、商品の本当の価値を訴求する」「仕事のドラマ」と、お客様が求める「商品を使う喜びや幸福感」を想像する“お客様のドラマ”を制作して、社会の変化に対応する仕事の専門性・価値観・感性を磨くものです。重要なのは一つの価値観を教えるのではなく、「ドラマを観て何を感じたか？」を話し合うことです。十人十色のお客様が「商品を使う喜びや幸福感」をどのように感じるかを、2つのドラマを土台に話し合い、社員の一人ひとりの個性や感性や価値観を引き出すことです。「他人の悲しみを自分の悲しみとして、他人の喜びを自分の喜びにする」感受性を開拓できれば、自ずと社員のエンゲージメントも向上します。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

ドラマとはお客様の共鳴・共感・感情移入を積み重ねて、テーマを掘り下げるものであり、ストーリーの中の嘘や欺瞞や考えの甘さを発見します。「ドラマ・コンテンツ」の活用は、その嘘や欺瞞や考えの甘さを発見して、お客様が求める「商品を使う喜びや幸福感」を想像する感性を磨くものです。「お客様側の立場」で物事を推進する、感性や優しさや強さを磨きます。そこでお客様の信頼を得てビジネスを発展させる自信や困難を突破するストーリーを観ることで培ってもらいます。「ドラマ・コンテンツ」はオンラインで自宅でも観ることが出来るので、オンラインの研修も可能です。

4

企画の目的 と効果性

企画の目的は、お客様の心を捉える「アイデアを考える社員」を育成することです。そして「アイデアを実行する社員」が協力して、「アイデアを実行するシステム」をつくることです。「アイデアを考える社員」と「アイデアを実行する社員」は、資質や感受性や価値観が違うので、なかなか価値観や感性が共有できないので、ドラマで共鳴・共感・感情移入して共有するようにします。

