



ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」^{ヒント}

企画の100本メニュー

ショッピング・エンターテインメント企画

企画の100本メニュー

065

1

提起する
問題・課題

「商品を使う喜びや幸福感」を売る デパートをつくれぬか?

「商品を守るデパート」から「楽しさを売るデパート」へ

人生の夢を売る 「ドリーム・デパート」

お客様が求める「商品を使う喜びや幸福感」を売るデパート

eコマース時代は「商品を守るデパート」から「楽しさを売るデパート」に転換する必要があります。

これが難しいのはデパートに「楽しさを売る」ノウハウがないことと、

中途半端に路線変更すると売上が落ちて、立ち直れなくなる危険があることです。

企画のポイントは「商品を使う喜びや幸福感を売る」という、デパートの本質を明確にした上で、

「人生の夢を売るドリーム・デパート」戦略の小さな成功例をつくることです。



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。

「商品を使う喜びや幸福感」を売る デパートをつくれませんか?

「商品を使う喜びや幸福感」を売るデパートへ
人生の夢を売る
「ドリーム・デパート」
お客様が求める「商品を使う喜びや幸福感」を売るデパート

2

新しい価値 の開拓

裕福なお客様は“楽しさ”を求めています。「ドリーム・デパート」が販売する“楽しさ”は、裕福なお客様の為の“人生の夢”です。しかし、人生の夢はお金があれば簡単に手に入るものではありません。贅沢なヴィラのバカンスも、マウンテン・スキーも、豪華なヨット・クルージングも、人生の夢には“楽しい仲間”が必要だからです。本企画が提案する「フレンドリー・パートナー」は、裕福なお客様の人生の夢を安心して実行できる楽しい仲間です。人材開拓は、ヨットやスキーやゴルフなどのメーカーやホテルと連携して、「フレンドリー・パートナー」という高級コンシェルジュを育成します。専門のプロだから安心して地球の果てまで出かけることができます。「人生の夢を売るドリーム・デパート」が販売の窓口になる役割です。そのマーケティングを「夢のあるドラマ・コンテンツ」で訴求します。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

ご自宅にお伺いする外商がマーケティングの基本ですが、デパートにも「ドリーム・デパート」の豪華なフロアをつくります。そのフロアは「人生の夢を売るドリーム・デパート」の情報センターの役割で、お客様のご要望に沿って世界中の人生の夢が動画で鑑賞できます。例えば、アフリカの旅ならアフリカの大自然や、トライする冒険だけでなく、アフリカの歴史や文化や食事を「夢のあるドラマ・コンテンツ」の映像で楽しんで頂きます。宇宙旅行なら健康管理や訓練など、一般の人が知らないところを丁寧に楽しく教えてくれます。海外在住の「フレンドリー・パートナー」との楽しいコミュニケーションも、オンラインで実行します。「行く前から行きたくなる」のが、「夢のあるドラマ・コンテンツ」を活用するマーケティングです。

4

企画の目的 と効果性

企画の目的は、富裕層のご要望にお応えするビジネスを開拓することです。そのために、「ドリーム・デパート」の趣旨を説明して、世界中の専門分野の企業から富裕層が求める人生の夢を集めます。「フレンドリー・パートナー」は、プロジェクトの企業から出向いただき「人生の夢をサポートする高級コンシェルジュ」を育成します。

