

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

コンテンツ・マーケティング企画

企画の100本メニュー

007

1

提起する
問題・課題

ジャムという商品に “楽しい体験”を加えられないか？

「食べる！作る！栽培する！交流する！旅行する！」楽しい“ジャム体験”

幸福な“ジャム体験” ストーリー

ジャムメーカーがジャムの“楽しい体験”をビジネスにする未来開拓

お客様の視点に立つと商品に“楽しい体験”を加える企画が浮かびます。

ジャムなら「ジャムを食べる」「ジャムを作る」「果物を栽培する」

「ジャムの仲間と交流する」「ジャムの本場を旅行する」などです。

ビジネスの本当の目的は「商品」でお客様を幸福にする事ですが、ジャムに“楽しい体験”を加えると、

「ジャムファンのたくさんの幸福」をつくる事が可能になります。

難しいと思われた「メーカーとお客様との心の交流」を企画しました。

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。

ジャムという商品に “楽しい体験”を加えられないか？

「食べる！作る！栽培する！交流する！旅行する！」楽しい“ジャム体験”
幸福な“ジャム体験”
ストーリー
ジャムメーカーがジャムの“楽しい体験”をビジネスにする未来開拓

2

新しい価値 の開拓

ジャムのお客を開拓することは、ジャムの“楽しい体験”を提供して、
ジャムのファンになっていただくことです。

世界の色々なジャムを味わってみたい、自分でもおいしいジャムを作ってみたい、
ジャムを使って料理をもっと美味しくしたい、ジャムの専門家の話を聞いてみたい、
ジャム生産の本場の現場を知りたい・見たい・旅したい、
ジャムの知識を仲間と共有したい、もっと広めたいetc…。

「幸福な“ジャム体験”ストーリー」は、ジャムの“楽しい体験”を「すごろく遊び」のように、
積み重ねるストーリーです。「メーカーとお客様との心の交流」を、楽しい「ドラマ・コンテンツ」を
活用することでコミュニケーションの深まりと広がり無限の可能性を持たせます。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

ジャムの起源や歴史、食べ方や料理への活用法、ジャムの作り方を楽しいドラマにします。
様々な果実や野菜、ナッツやシード、ミルクなど多種多様な素材とその「ジャムの楽しい食べ方」
「ジャムの作り方」「世界のジャムのいろいろ」「ジャム仲間との楽しい交流」
「ジャムのオーソリティが案内する本場のフランスの旅」…を楽しいドラマにして配信します。
お客様が求めているのは“楽しい体験”です。
楽しい「ドラマ・コンテンツ」を活用すると、ユニークなジャムの“楽しい体験”が提供できます。

4

企画の目的 と効果性

「幸福な“ジャム体験”ストーリー」企画の目的は、
ジャムに“楽しい体験”を加えてジャムファンを開拓することです。
それをもっと掘り下げて、ジャムファン向けの“新しい価値”を開拓して、
「ジャムファンのたくさんの幸福」をつくることです。
「モノの時代」から「心の時代」に転換する社会で、
「商品売るビジネス」から「楽しい体験を売るビジネス」へ転換する企画です。

