

ヒント

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

コンテンツ・マーケティング企画

企画の100本メニュー

023



シャンプーに「情緒的価値」を加える事ができるか？

毎日使う物だから“日本の四季”に合わせたシャンプー

季節の

シャンプー・ストーリー

四季の“香り”のシャンプーが1年間の「思い出」になる

日本では昭和に入り「シャンプー」という商品が生れて、

現在では「人に・髪に・環境にやさしい」等の品質向上をしながら使用されています。

ただ毎日使用しているシャンプーですが、一般的に1年を通して同じ商品を使っている方が大半で、

「季節に合わせた」機能と香りを持ったシャンプーは専門店以外で販売されていません。

そこで季節に合わせたシャンプーを四季折々に使用する事で、香りが“四季の思い出”になり、

それぞれの思い出と結びついたシャンプー・ストーリーの『ドラマ・コンテンツ』を制作します。

シャンプーの香りを嗅ぐと「十人十色の“四季の思い出”」とリンクするシャンプーの“情緒的価値”を開拓、

シャンプーの持つ可能性の拡大を考えます。



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。