

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

037

提起する
問題・課題

飛行機という移動手段に“心の価値”を加える事はできるか？

人を運ぶから“想い”を届けるへ

想いをつなぐ “エアライン”物語

都市から都市に、人から人へ飛行機が「想い」を運ぶ

1日に約2,000機の“飛行機”が日本の空を飛んで、約30万人の“人”を運んでいます。飛行機の本質は「安全にお客様を目的地まで運ぶ」事でした。

そして「定刻通りに快適な空の旅を楽しむ」物理的な価値も加わっていきました。

しかし、どんなに最新機材や高級なサービスがあっても、飛行機の“本当の価値”は「都市から都市」へ「人と人を」つないで『想い』を届ける事ではないでしょうか。

「歓び・愉しみ・寂しさ・切なさ」など様々な“想い”を乗せて、それでも定刻通りに飛立っていく飛行機の『ドラマ・コンテンツ』を制作して、空港や飛行機の中で観ていただき“様々な想い”を感じていただきます。“想い”を運ぶ飛行機の“心の価値”を開拓する事で、エアラインとファンとの末永い関係を構築します。

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「商品を使う歓びや幸福感」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。