

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

イノベーション・マーケティング企画

企画の100本メニュー

038

1

提起する
問題・課題

激変する社会を突破する 新しいアイデアはないか？

お客様の視点に立って、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する

イノベーション マーケティング

ビジネスに“心の価値”を加えるイノベーション企画

激変する社会を突破するには、思考の基盤を企業の論理から「お客様の視点」に転換する必要があります。「お客様の視点」に転換すると、お客様は「商品を使う喜びや幸福感」という“心の価値”を求めていることが分かります。

本企画は「商品やサービスにどのように“心の価値”を加えるか？」を考えた、
ビジネスに“心の価値”を加えるイノベーション企画です。

例えば、単なる値引きサービスになっているカードのポイントサービスの問題を解決するために、
“心の価値”を加えたらどうなるのか？

他にも「歯磨き」「自転車」「商店街」に“心の価値”を加えたイノベーション企画を考えました。

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。

激変する社会を突破する 新しいアイデアはないか?

お客様の視点に立って、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する

イノベーション マーケティング

ビジネスに“心の価値”を加えるイノベーション企画

2

新しい価値 の開拓

弊社はイノベーションを「技術革新」ではなく、「事業革新」としました。

そして「事業革新」の企画や、「企画を実行」するシステムを展開してきました。

その核となる思考は「お客様の視点」です。

「お客様の視点」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。

その「商品を使う喜びや幸福感」を“心の価値”として、商品やサービスに加えるのが、

弊社のイノベーション企画です。

例えば前出のポイントサービスに“心の価値”を加えて「ポイントサービス“幸福ストーリー”」という企画、

お寿司屋さんに“心の価値”を加えて「インターナショナルSUSHI」という企画、

リホームビジネスに“心の価値”を加えて「幸せな暮らしの“リホーム放送局”」という企画、

歯磨きに“心の価値”を加えて「楽しい歯磨きストーリー」という企画を考えました。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

イノベーション企画を「実行するシステム」は、「ドラマ・コンテンツ」を活用して、
お客様とダイレクトに交流することです。

弊社は、スマホ・タブレット対応の「3分ドラマ・コンテンツ」と、

YouTube対応の「ドラマ・コンテンツ」を活用します。ドラマというと多額の予算が掛かるものですが、

可愛いパペットを使用し最新の撮影技術と編集システムを活用することで、

抜群のコスト・パフォーマンスにてご提供いたします。

「ドラマ・コンテンツ」の特長は、お客様に「商品の本質や商品の本当の価値」を
楽しく伝えられることです。

そして、オンラインとオフラインのハイブリッド戦略で、

「商品を使う喜びや幸福感」をお客様に楽しく訴求できることです。

4

企画の目的 と効果性

企画の目的は、商品やサービスに「商品を使う喜びや幸福感」(心の価値)を加えて、

お客様に飲んで頂くことです。その喜びをお客様が話題にいただき、

新しいお客様を開拓する好循環をつくることです。

可愛いパペットを活用した「ドラマ・コンテンツ」でお客様との関係を親密にして、

AI社会のアバター時代への準備をすることも重要です。

