

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

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
039

1
提起する
問題・課題

陳腐化したポイントサービスの 新しいアイデアはないか？

「ポイントサービス“幸福ストーリー”」で夢の景品をさがそう！

ポイントサービス “幸福ストーリー”

値引き還元から、楽しい“心の価値”を還元する新しいサービスへ転換

ポイントサービスの一般化によって、いまや値引きサービスは消費者の購入インセンティブにならなくなっていました。本企画はポイントの値引き還元から、楽しい“心の価値”で感謝の気持ちを還元する、新しいポイントサービスに転換する企画です。ポイントサービス・システムはお客様との貴重な接点ですから、心のこもったアイデアでお客様との親密な関係性を構築するチャンスです。「ポイントサービス“幸福ストーリー”」は、楽しい夢の景品のアイデアを考えて、お客様がポイントを貯めるのが楽しくなる企画です。



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。

陳腐化したポイントサービスの 新しいアイデアはないか？

「ポイントサービス“幸福ストーリー”」で夢の景品をさがそう！

ポイントサービス “幸福ストーリー”

値引き還元から、楽しい“心の価値”を還元する新しいサービスへ転換

2

新しい価値 の開拓

ポイント還元による顧客困り込み効果が薄れてきたと考える事業者様が増えています。お客様はたくさんのカードを持たされて、分厚いカードケースを抱えて面倒な思いをしています。しかし、ポイントサービス・システムはお客様との貴重な接点ですから廃止することはできません。そこで、楽しい“心の価値”で感謝の気持ちを還元する、新しいポイントサービスに転換する企画を考えました。「ポイントサービス“幸福ストーリー”」は夢の景品アイデアを、楽しい「ドラマ・コンテンツ」でお客様に伝えます。ポイントを貯めるのが楽しくなるストーリーに参加して頂いて、夢の景品に近づくワクワク感を提供します。

3

3分ドラマ コンテンツ の活用

「ポイントサービス“幸福ストーリー”」は、お客様がポイントを貯めながら“幸福物語”に参加するシステムです。例えば、誰でも知っているシェークスピアの悲劇のロミオとジュリエットを活用して、お客様が買い物続けると「ロミオとジュリエットが幸福になる」物語にします。「ポイントに参加したばかりのお客様」を対象にしたドラマで物語がスタート。「ポイントが貯まり始めたお客様」のドラマ、「ポイントがいっぱい貯まったお客様」のドラマ…で、ポイントと景品探しが密接に連携したドラマをつくります。ポイントが貯まるほどに深まるストーリー展開と夢の景品へのゴールが近づき、「ロミオとジュリエットが幸福になる」迫力のドラマへますます引き込まれます！ドラマ内で出題されるクイズのポイント倍増、わくわく景品探しなど、物語と景品探しを楽しさも満載にして構成します。

4

企画の目的 と効果性

企画の目的はポイントサービスに“心の価値”を加えて、商品とお客様との関係性を密接にすることです。「悲劇のロミオとジュリエットをハッピーエンドにする“幸福ストーリー”」という参加性のあるドラマ・コンテンツにより、お客様との密接な関係構築や拡散効果も期待できるものです。

