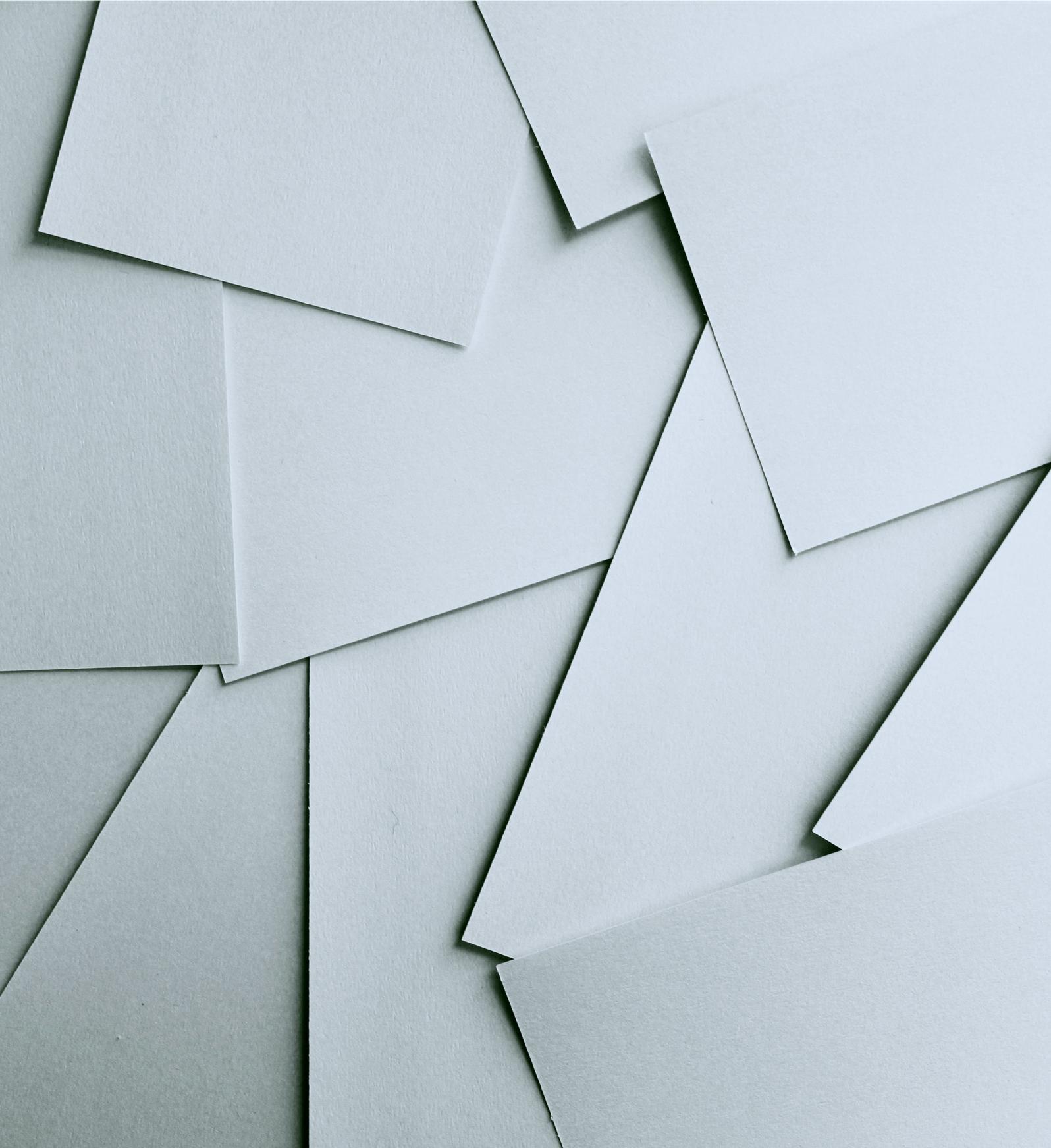


CONCEPT SALON

UPDATE



HEADLINE

SESSION1 選ばれるコンセプト

ポジショニング
ブランディング

SESSION2 集まるコミュニティ

人が人を呼ぶ

SESSION3 Q&A

質疑応答



ビジネスを構成する要素

ビジネスを構成する要素は、大きく分けるとつぎの3つになります。

- ① コンセプトづくり
- ② メディアづくり
- ③ プロモーションの実施

コンセプトとは、魅せ方のことです。
どのような価値をどのような思いで提供するかを伝えることです。
コンセプトを考える際には、ポジショニングとブランディングを含みます。

メディアはホームページをハブ、入口としてSNS、メルマガ、広告などと連携させます。

コンセプトとメディアが整えば、PR、またはセールス・プロモーションです。

独創的で興味深いサービスが周知できれば、ビジネスはほぼ完成です。

BusinessModel





コンセプト

タンポポを思い出してください

タンポポを心の中で思い出してみてください。ほとんどの人は、地面から顔を出した黄色いタンポポの花を想像したと思います。

でもそれは、タンポポのほんの一部です。もっと想像を膨らませてみましょう。

タンポポは1年のうちに1週間程度だけしか花を咲かせません。春先に開花して、萎んだ後は綿毛になります。夏の頃には根だけになって、地上からはすっかり姿を消します…。

私たちが目にするタンポポは、時間的にも空間的にも、そのほんの一瞬です。生物としてのタンポポは、目にしていない部分のほうがほとんどと言えます。

ビジネスもこれに似ています。

生活者が見えているあなたのビジネスは、ほんの一部分にすぎません。裏を返せば、ほんの一部分を見せているような奥行きの部分をつくられているか、と言えます。

あなたの優れたサービスがタンポポの美しい黄色の花であるならば、タンポポが咲いている場所がポジショニング。

しっかり根を張って、葉を広げている部分は、興味や関心を生み出す余地で、すなわち、あなたのサービスがよりよく見えるように全体のストーリーを構成するコンセプトになります。

| ポジショニング

ポジショニング3つのポイント

ポジショニングは、サイエンスです。
ポジショニングを構成する要素は、つぎの3つ
になります。

- ① 絞り込む
- ② 競争を知る
- ③ 自分の強みを活かす

ポジショニングとは、選ばれる理由づくりの
ことです。

絞り込んだマーケットに向けて、あなたらしい
唯一無二のサービスを提供することです。

多くの人は、サービスをつくってからそれを
売る相手を見つけようとします。

じつは、それは結果を出しにくい方法です。

まず買い手になりそうな人たちを見つけ出し、
その人たちがなにを望んでいるかを考えて、
説得力ある刺激的な方法で提供するほうが
ずっと効果的なのです。

スティーブ・ジョブズとクリエイティブ
ディレクターのリー・クロウのエピソードを
紹介します。

スティーブはiMacの30秒のCMに5つの
メッセージを盛り込みたかったのですが、
リーはメモ帳を5枚ちぎって丸めて、
「スティーブ、キャッチしてくれ」
と言って、ひとつずつ投げはじめました。

スティーブは難なくキャッチしました。

「これがいい広告です」。

こんどは、リーは5つ同時に投げました。
スティーブはひとつもキャッチできませ
んでした。

「これが悪い広告です」。

のちにスティーブ・ジョブズは、こんな
言葉を残しています。

「シンプルであることは、複雑である
ことよりも難しい。物事をシンプルにする
ためには、懸命に努力して、思考を明確に
しなければならないからだ。
だが、それだけの価値はある。なぜならば、
ひとたびそれを実現できれば、山をも
動かせるからだ」。

絞り込みの効果

「有名な新聞は？」と尋ねると、
『朝日新聞』『読売新聞』『毎日新聞』…
と答えます。

マズイ弁当屋

つづいて、「経済に強い新聞は？」と尋ねると、
『日経新聞』と思いつきます。
朝日、読売、毎日などの大手新聞が後回しに
なります。

砂漠の中の水

壁をつくる

これが絞り込みの効果です。
強みを周知することによって、選ばれる存在に
なります。

引き算

絞り込みは事業の方向性を決め、勢いをつける
ために行います。生活者から選ばれる存在に
なることを目的とします。
絞り込むことによって、ユーザーの感情に
アクセスできます。
生活者が感情を抱き、真っ先に想起できる
戦略を心がけています。

逆張り



U.S.P. (ユニーク・セリング・プロポジション)

あなたの顧客はだれですか？（ペルソナ）

あなたのビジネスを通ると顧客はどう変わりますか？

あなたはどんな方法でサービスを提供しますか？

あなたのビジネスは他となにが違いますか？

U.S.P.をつくってください。