

企画アイデアによる付加価値の創出

Created by J'zheart

真に有効なプロモーション活動というものも時代とともに変わってきており、ネットでのプロモーションも多様化してきております。商品のPRや演出に関して、ちょっとした工夫とアイデアを加えることで、商品そのものの魅力が多くの人々に伝えられる場合もあります。また、企画がユニークで話題性のあるものであれば、他社との差別化は容易に行え、ビジネスの展開のスケールも大きくなります。



今日、さまざまなメディアを利用した形で作られる販促物が、有効的に機能しているとは限りません。チラシやDMを配布するなど、販促に経費をかけて販促物を作ることで「よし」とされ、その活用方法や効果までの考慮がなされていないことも少なくはありません。どんなに素晴らしい商品でも、その良さが正しく、エンドユーザーに伝わらなければ、商品の拡販は望めません。まずは、エンドユーザーから興味や関心を集め、その後に購買意欲を盛り上げる工夫、それが企画力です。企画力には、ユニークさや独創性以外に多くの人々を惹き付けるエンターティナーの精神が必要となります。

● イベントの企画（ゼロベースから）

独創性のあるユニークなことを実現させたいのであれば、ゼロベースからの企画からスタートさせます。インターネットの発達により、欲しい情報が比較的簡単に入手できるようになり、情報収集に関しては、従来であれば、数ヶ月程の時間を要したことが、1週間ぐらいでも集められるようになりました。また、企画の立案後の協賛獲得に関しても、WEBで情報公開することで、以前よりも開かれた形での協力を得ることが出来るようになり、協賛企業とのタイアップさせた企画など、新しいスタイルも生まれてきている。

● 「+アート+」の手法

アートの力を借りることで、異業種どうしをつなぎ合わせたコラボレーションが可能となります。例えば「建築学+アート+生命工学」、「機械工学+アート+医学」など、従来であれば、単純に無機質的に組み合わせられていたものが、人間味を帯びて「潤い」が生じてきます。

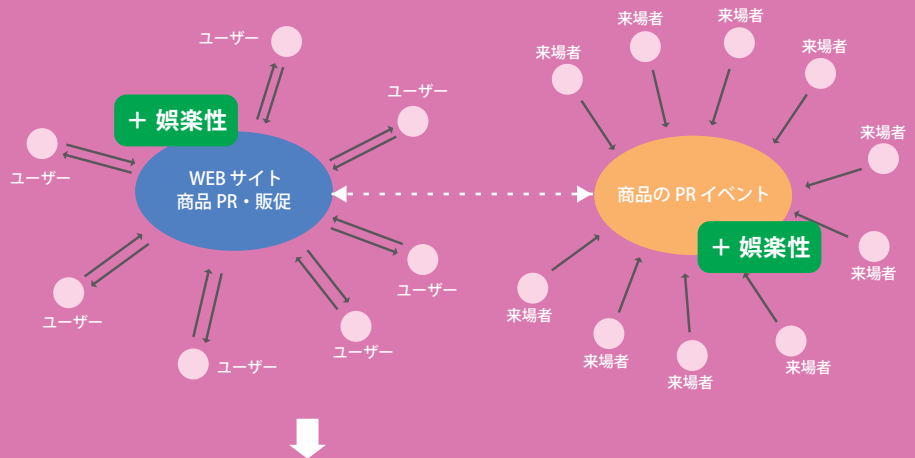
● 社会性の伴った活動に対して

600年の歴史を持つ能楽をはじめ、陶芸、茶道、華道、舞踊、絵画など、日本には世界に誇れるような伝統文化が存在しています。今日、その素晴らしい文化が、若い世代の人たちに伝えられず、忘れ去られようとしております。若い世代の人たちにも、その素晴らしさを知ってもらい認知させることが必要で、その素晴らしさを現代に如何に伝えるか、それが課題です。

■ 企画アイデアを展開させる為の参考モデル

● 娯楽性のある企画 認知度をアップさせ、人を集める

【商品のプロモーション】

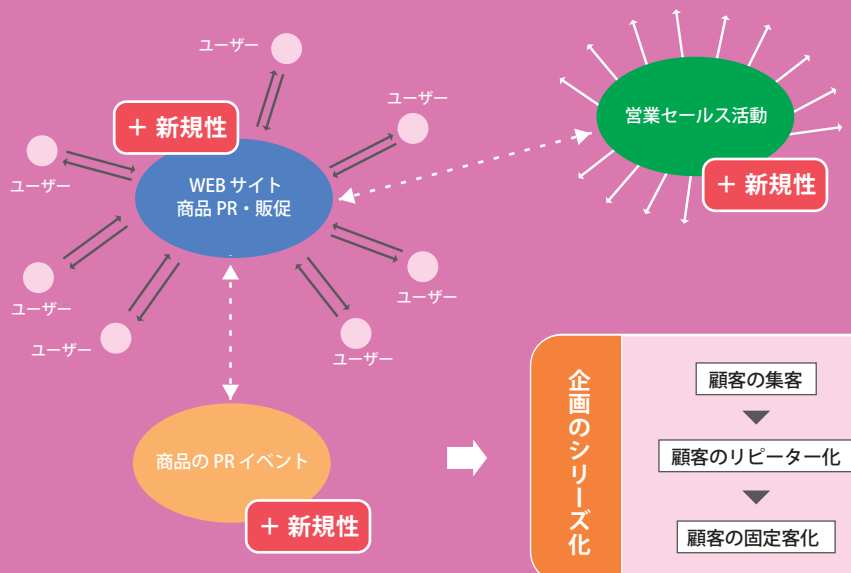


効果

- (1) 商品の認知度がアップする（販促効果）
- (2) イベントでの来場者が増える（販売促進）
- (3) ネットからの販売が増える

⇒ イベントの恒例化

● 新規性のある企画 話題性を持たせて販売をアップ



※単に奇をてらったものではなく、企画の根底には明確なコンセプトが必要です