

ねこの手通信

2011年3月第17号
発行:株式会社 ケイネット

2011 3 17

こあいさつ

いつもお世話になっております。ケイネット制作担当後藤です。
今年は花粉が5~10倍もあるということで、マスクが激売れ
するでしょうね!他にも花粉症対策という名で、色々な
商品が店頭に並ぶと思いますが...そこで、今回は!
「商品を色々な角度から見て売れる訴求を見出す大切さ」
と、ケイネットの売れる原稿制作への取組をご紹介します!

売れなかった商品が売れ出すきっかけ

売れなかった商品が 名前を変えただけで
目標の3倍超えのヒット商品に!!

無印良品の「たためるジャケット」が「旅に便利な
ジャケット」に名前を改めたことで、一気に人気商品に
なった話は記憶に新しいですね。

「機能がわかりやすい」だけでなく、「その機能(如果)
を必要とするのは誰で、どんなシーンなのか」を考える
だけで、売り方は何パターンも出てくるのです!

そこで!! ケイネットでは みんなで案を
出し合います!

制作部だけでなく、スタッフ全員がひとつの
商品について 売り方を提案しあう機会を作っています。
「自分が欲しい」と思ったり「他社が行っている」
情報まで 意見を出しあい、ホワイトボードに書き
連ねます。そして...



ひとつの訴求に
こだわらず、
柔軟な発想を
もつことが大切!!

