

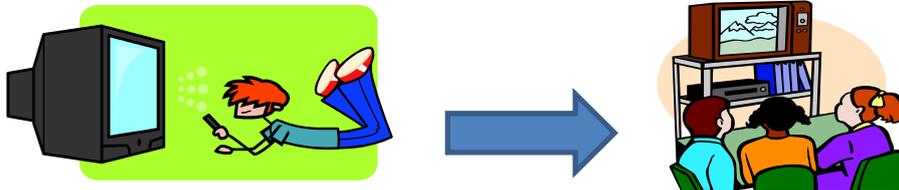
ニーズを広げる戦略(1)

～ ニーズの広さ深さ⑥ ～

「新たなお客様を捕まえる」という「狩猟型」の戦略について考えてみましょう。

① 今のターゲットと違う人に売る

今ではイケメン俳優がブレイクするきっかけとなっている「仮面ライダー」シリーズ。番組が始まったころには、男の子だけをターゲットにした番組でした。しかし、主婦をターゲットとするためにキャストの方向性を変えることで視聴者層が拡大しました。



② 認知・興味を喚起する

ロッテのキシリトールガムはガム市場で断トツのシェアとなっています。しかし、かつては「虫歯予防ガム」というカテゴリーはニーズが狭くて浅いものでした。美味しさやいい香りといったガムを買うお客様のニーズから外れていたからです。しかしキシリトールという甘味料の登場でその効果が認知され、ガムのトップシェアとなりました。

③ 使いやすくする

1980年代のパソコンは、特殊な言語を知らなければ使うことはできませんでした。しかし、Windowsの登場で誰もが簡単にパソコンを使えるようになりました。「使いにくい」商品は、だれも買おうとしませんよね。



■ やってみよう! ■

ここまで説明してきた①～③について、身近な例をあげてみましょう。

①

②

③