

情報のすゝめ

～情報ビジネス基礎概念～

情報ビジネスが難しい理由

商品もお客さんも見えないから。

情報発信とは...

人・物・サービス＝商品

それらの【価値】を最大限に高める為の行為。

購買心理

人がお金を払う時。。。。

その物が欲しいから買うのではなくて、その物の周り
にある情報に価値を感じた時、購買衝動に駆られる。

ケーススタディ 1



Harley-Davidson

新車価格：100万～400万円

情報の無い人にとっては鉄の塊でしかない。

- ・バイクという物の概念
- ・他社のバイクとの違い
- ・カスタムするという概念
- ・唯一無二の存在としての認識
- ・高級車として満たされる所有感
- ・自分が羨望した様に、羨望される未来図
- ・自由を手にし、走っている時の爽快感
- ・ハーレーコミュニティへの参加

実際に買っているのは...



バイクでは無く、バイクを所有する事により手に入るであろう情報。

- バイクという物の概念
- 他社のバイクとの違い
- カスタムによるオリジナル
- 唯一無二の存在としての認識
- 高級車として満たされる所有感
- 自分が羨望した様に、羨望される未来図
- 自由を手にし、走っている時の爽快感
- ハーレーコミュニティへの参加

そうじゃ、なきや...

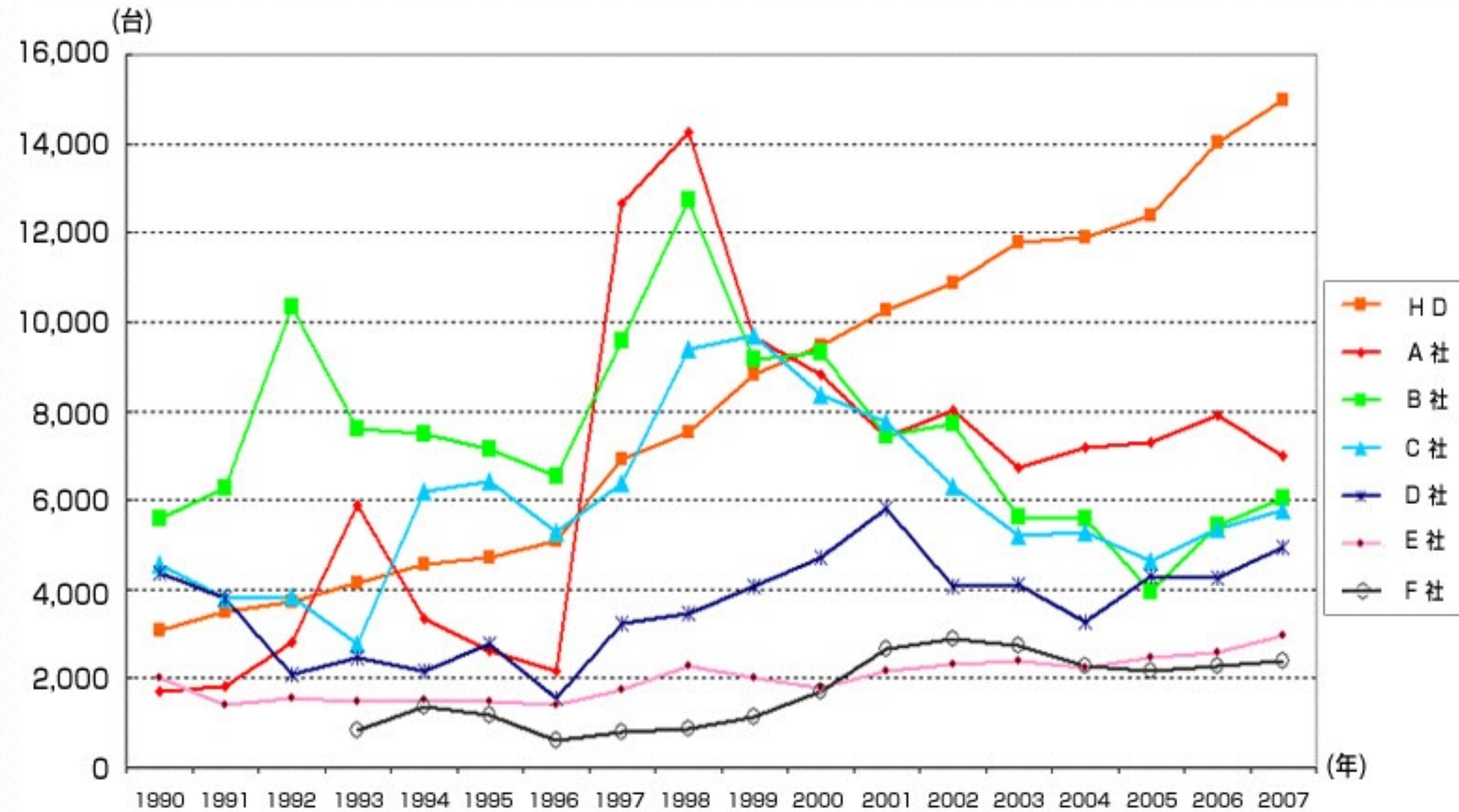


これで、いいでしょ。。。。



オートバイ主要メーカー売上げ推移

751cc以上メーカー別登録台数 (HDJ)



Harleyのマーケティング戦略

その戦略は常識の否定からスタートしている。「挑まない」「比較しない」「非凡に徹底」「マスマーケティングに頼らない」など。日本の二輪メーカーが性能や価格など、あらゆる面で競争を行っている中で、まったく別の道を歩んだ。

具体的にはメーカー、販売店、ユーザーの3者間の「きずなの構築」、イベントやカスタム、ファッションなど、「ライフの提供」に注力した点が挙げられる。徹底的に顧客の視点に立ち、それぞれの顧客に対し、きめ細やかなサービスを提供。販売店も仲間と考え、共に儲ける体制を整えてきた。

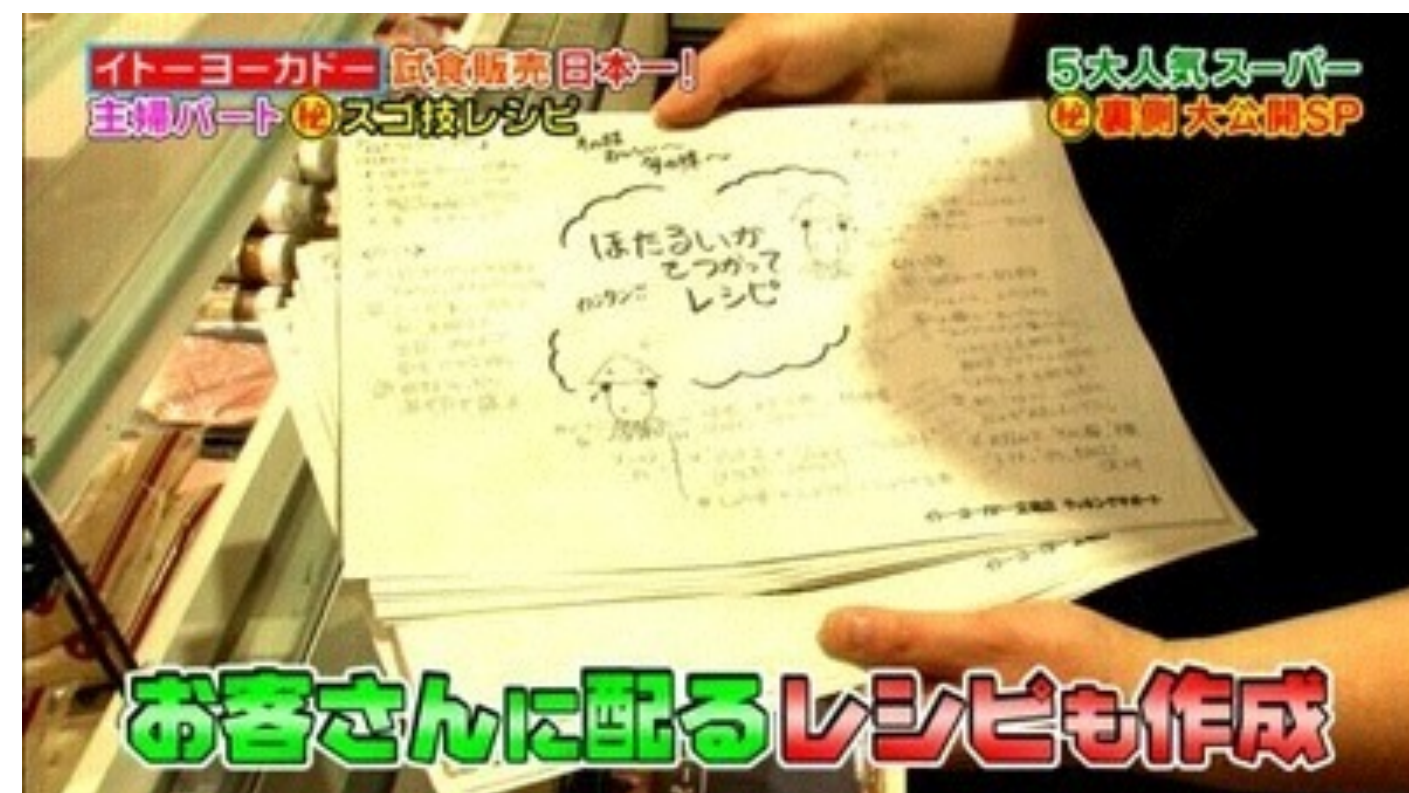
ケーススタディ 2



イトーヨーカドー試食販売日本一
主婦パート Hさん

試食販売スタッフとして、独自のレシピと共に販売をし圧倒的な売上げを誇る。

その活躍が、社内のみならずテレビにも取り上げられるまでになる。



彼女も、「レシピ=情報」をセットにして試食品を販売した事により圧倒的な売上げを上げた。

実際に買っているのは...

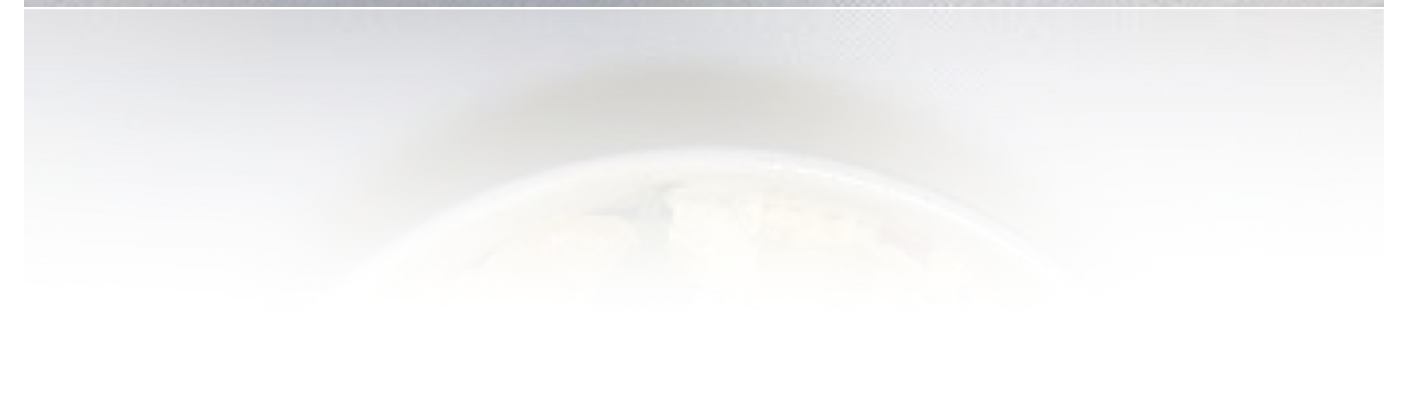


食品では無く、その食品と共に提供された情報。

- 簡単に美味しく作れるレシピ
- 真似したくなるスゴワザ
- 家族が喜ぶ笑顔
- 手軽に美味しいものを作る自分の姿

そうじゃ、なきや...

これで、いいでしょ。。。。



情報発信とは...



相手の購買欲求を刺激したり、相手が価値を感じる様な周辺情報を提供する事により、意図的に購買を仕向ける為の行為である。

売るのは、商品そのものではなく、それにまつわる情報である。

それを得た事により、何を得られるのか??

コレがビジネスの根本的本質であり、俗にいう情報ビジネスとは商品自体が単に【物質】では無くて【情報】であるという事。

これらを個人単位で最小の労力と資金で展開する事が可能なスキルがインターネットを活用したダイレクトレスポンスマーケティングである。

DRMで学ぶべき項目



- 集客スキル
- ライティングスキル
- セールススキル
- ステップメールスキル
- コンテンツ作成スキル